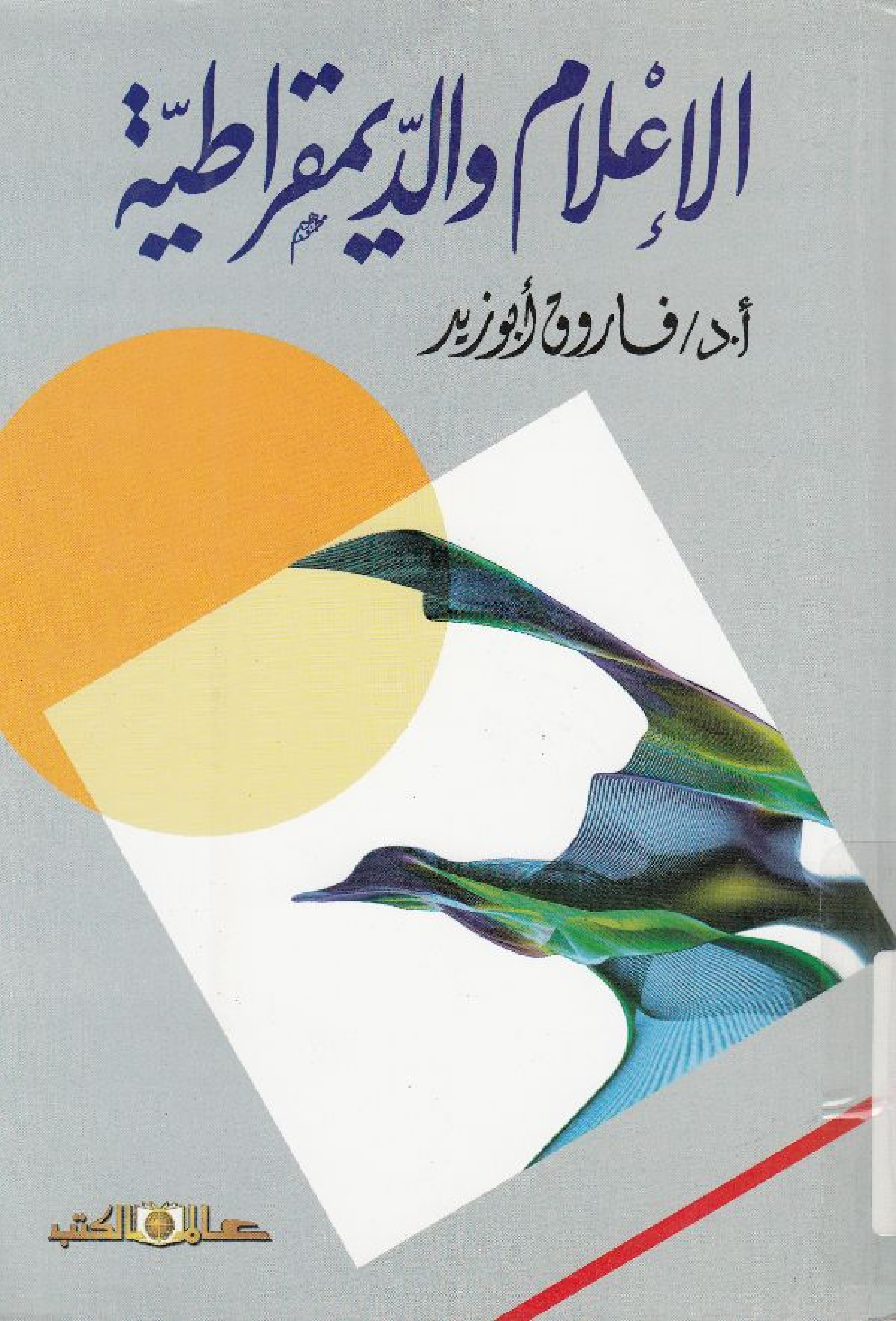

الإعلام والديمقراطية
أ.د/ فاروق أبو زيد
عالم الكتب

الإعلام والديمقراطية

* أبوزيد ، فاروق .

* الإعلام والديمقراطية

* فاروق أبوزيد.– ط ١. – القاهرة : عالم الكتب ، 2010

* 288 ؛ ص 24 سم

* تدمك : 3-760-232-977 * رقم الإيداع : 2009/20557

1- الإعلام

2- الرأي العام

3- الديمقراطية

أ- العنوان 306.42

عالم الكتب

* الإدارة :

16 شارع جواد حسني – القاهرة

تليفون : 23924626

فاكس : 0020223939027

* المكتبة :

38 ش عبد الخالق ثروت – القاهرة

تليفون: 23926401 – 2395953

ص . ب 66 محمد فريد

الرمز البريدي : 11518

www.alamalkotob.com — info@alamalkotob.com

الإعلام والديمقراطية

أ.د/ فاروق أبو زيد

عالم الكتب

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

شغلتني مسألة العلاقة بين الديموقراطية والصحافة بشكل خاص والإعلام بشكل عام، منذ فترة مبكرة من حياتي العلمية، فكان موضوع رسالتي للماجستير هو "نشأة الفكر الليبرالي في الصحافة المصرية" منذ نشأة الصحافة المصرية في عام ١٨٢٨م، وحتى نهاية الثورة العرابية وبدء الاحتلال البريطاني لمصر في عام ١٨٨٢م، ثم كانت رسالتي للدكتوراه امتداداً لموضوع رسالة الماجستير وتناولت "تطور الفكر الليبرالي في الصحافة المصرية" منذ عام ١٨٨٢ وحتى قيام أول حكومة دستورية في عام ١٩٢٤م.

وقد اعتمدت على الرسالتين في مجموعة كتبي الأولى، والتي كان شاغلها الأول البحث في العلاقة بين الصحافة والديموقراطية، وكان كتابي الأول بعنوان "الصحافة وقضايا الفكر الحرفي في مصر"، وتلاه كتاب "أزمة الديموقراطية في الصحافة المصرية"، ثم كتاب "أزمة الفكر القومي في الصحافة المصرية"، كذلك احتلت مسألة الديموقراطية حيزاً كبيراً في كتابي الرابع "عصر التنوير العربي".

وكانت خلاصة ما توصلت إليه في هذه المرحلة المبكرة، أن القانون الذي يحكم العلاقة بين الصحافة والديموقراطية في مصر والوطن العربي يقوم على معادلة من شطرين: أن الصحافة ترتقي فكرياً ومهنياً كلما زادت مساحة الديموقراطية المتاحة لديها، وأنها تتخلف فكرياً ومهنياً كلما ضاقت مساحة هذه الديموقراطية. وقد تبدو هذه النتيجة أمر مألوف الآن، ولكنها كانت في نهاية

الستينات وبداية السبعينات من القرن العشرين، عندما ظهرت هذه المؤلفات أمراً مناقضاً للفكر السائد في ذلك الوقت وذلك بسبب هيمنة النظام الإعلامي السلطوي في مصر ومعظم البلدان العربية.

وفي الفترة التالية انشغلت بعدد من المؤلفات الأكاديمية التي تغوص في صميم التخصص ومنها كتب: فن الخبر الصحفي، وفن الكتابة الصحفية ومدخل إلى علم الصحافة، والصحافة المتخصصة، والكتابة للجريدة والمجلة، حيث اكتشفت أن الفنون الصحفية تفقد كثيراً من أصولها العلمية عندما تطبق في نظم إعلامية غير ديموقراطية، وبذلك تقل فوائدها إلى حد كبير.

ثم عاد موضوع العلاقة بين الإعلام والديموقراطية يشغلني من جديد وبشكل مباشر، خاصة مع نهاية السبعينات ومقدم الثمانينات عندما بدأت هامش الديموقراطية يتسع قليلاً في عدد محدود من البلدان العربية رغم أنه كان يسير إلى الأمام خطوتين ثم يتراجع خطوة، وهكذا حتى جاء عام ١٩٨٩م وفيه سقط الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية وانهار النظام الإعلامي الدولي القائم على الثنائية القطبية ليتحول إلى هيمنة القطب الواحد، معلناً انتصار النظام الإعلامي الغربي، الليبرالي الهوية، وانهيار النظام الإعلامي الاشتراكي، السلطوي الهوية، وما رافق ذلك من ثورة تكنولوجية وبالذات في مجالي الاتصال والمعلومات.

وقد عبرت عن هذه المرحلة بمجموعة من المؤلفات التي حاولت أن ترصد تطور العلاقة بين الإعلام والديموقراطية في ظل المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية، فأصدرت كتاب "الصحافة العربية المهاجرة" ثم "النظم الإعلامية في الوطن العربي"، ثم "انهيار النظام الإعلامي الدولي"، وقد توجت هذه المرحلة بكتاب "الإعلام والسلطة" الذي صدر في أواخر عام ٢٠٠٧م.

وقد خلصت منها إلى بناء نموذج Model يسمح بتوصيف دقيق لهوية النظام

الإعلامـــي في مجتمع ما، وما إذا كان هذا النظام سلطوياً أو ديمقراطياً، ويقوم هـــذا الـــنموذج على تحديد واضح لعدد من السمات أو المعايير التي يتميز بها الـــنظام الإعلامـــي، وقد أوجزت هذه المعايير في تسعة معايير يتم من خلالها تحديـــد هـــوية النظام الإعلامي وهي: نمط الملكية، وطرق البث أو الإصدار، والتأمـــين المالـــي، وحـــق ممارســـة العمل الإعلامي، والجزاءات والعقوبات، والـــرقابة، وحـــق انتقاد نظام الحكم، وحق انتقاد رئيس الدولة، وحق الحصول علـــى المعلومات، وتم وضع عدد من المؤشرات ضمن كل معيار من المعايير التـــسعة، حيث بلغت ٣٥ مؤشراً للدلالة على النظام الإعلامي السلطوي، و ١٦ مؤشـــراً للدلالـــة على النظام الإعلامي الديمقراطي. وتطبيقاً لهذا النموذج قمت بتحليل النظم الإعلامية العربية، وانتهيت إلى وجود "جزر ديموقراطية في محيط سلطوي".

أمـــا الكتاب الذي أضعه بين يديك اليوم، فهو يبحث في العلاقة بين الإعلام والديموقـــراطية مـــن خلال تسعة فصول يتناول أولها "مفهوم الديموقراطية" في حـــين يتـــناول الفصل الثاني مفهوم ديموقراطية الإعلام، أما الفصل الثالث فهو يتناول مفهوم ديموقراطية الثقافة، ويعالج الفصل الرابع ديموقراطية الإعلام بين الحـــرية والمـــسئولية" أمـــا الفصل الخامس فيتناول الديموقراطية وخصخصة الإعـــلام، ويتـــناول الفصل السادس ديموقراطية القنوات الفضائية، أما الفصل الـــسابع فيعالج قضية الإعلام والانتخابات في حين يعالج الفصل الثامن الإعلام ودمقـــرطة جماعـــات الإسلام السياسي، أما الفصل التاسع والأخير فهو يتناول الإعلام وقضايا التحول الديمقراطي.

ولقد تعودت أن أسأل نفسي عندما أبدأ في وضع مؤلف جديد: لماذا أكتبه؟

وبالطـــبع ففـــي مقدمة أسبابي في تأليف هذا الكتاب هو رغبتي في عرض رؤيتي في الموضوع، خاصة وأن مسألة الإعلام والديموقراطية بطبيعتها قضية

خلافية وتحيط بها عوامل متشابكة يختلط فيها الإعلام بالسياسة، والغايات النبيلة بالمصالح الضيقة، والحقائق بالأوهام، والموضوعية بالتحيز. وهناك سبب طاغ لرغبتي في الكتابة في هذا الموضوع، وهو أن تبقى نار المناقشة مشتعلة حول قضية الإعلام والديموقراطية، وأن تحتل هذه القضية مكاناً متقدماً في أجندة اهتمامات الرأي العام في بلادنا، لأن ذلك في رأينا هو أحد الوسائل المهمة التي ستساعد في تطور ديموقراطية الإعلام في مجتمعاتنا العربية رغم ما يشوب هذه المجتمعات من سمات سلطوية.

إن الكتاب يطرح العديد من الأسئلة ويحاول الإجابة على الكثير منها، وهو يترك للقارئ مساحة واسعة من الحرية للتفكير في هذه الأسئلة لعله يهتدي إلى إجابات أخرى عنها مسترشداً أو مختلفاً أو مضيفاً إلى الإجابات التي توصل إليها المؤلف، فالعلاقة بين الإعلام والديموقراطية أصبحت اليوم قضية مصيرية بالنسبة للجميع في بلادنا، لا فرق في ذلك بين المؤلف أو القارئ، فالجميع في الهم سواء.

فاروق أبو زيد

خلافية وتحيط بها عوامل متشابكة يختلط فيها الإعلام بالسياسة، والغايات النبيلة بالمصالح الضيقة، والحقائق بالأوهام، والموضوعية بالتحيز. وهناك سبب طاغ لرغبتي في الكتابة في هذا الموضوع، وهو أن تبقى نار المناقشة مشتعلة حول قضية الإعلام والديموقراطية، وأن تحتل هذه القضية مكاناً متقدماً في أجندة اهتمامات الرأي العام في بلادنا، لأن ذلك في رأينا هو أحد الوسائل المهمة التي ستساعد في تطور ديموقراطية الإعلام في مجتمعاتنا العربية رغم ما يشوب هذه المجتمعات من سمات سلطوية.

إن الكتاب يطرح العديد من الأسئلة ويحاول الإجابة على الكثير منها، وهو يترك للقارئ مساحة واسعة من الحرية للتفكير في هذه الأسئلة لعله يهتدي إلى إجابات أخرى عنها مسترشداً أو مختلفاً أو مضيفاً إلى الإجابات التي توصل إليها المؤلف، فالعلاقة بين الإعلام والديموقراطية أصبحت اليوم قضية مصيرية بالنسبة للجميع في بلادنا، لا فرق في ذلك بين المؤلف أو القارئ، فالجميع في الهم سواء.

فاروق أبو زيد

الفصل الأول

ديموقراطية القرن الحادي والعشرين



[١]

سلطة الشعب

لا يــوجد تعريف جامع مانع للديموقراطية ولكنها غالباً ما تشير إلى معنيين: مثل أعلى، ونظام سياسي، وهي لا تتمثل في شكل سياسي واحد، فلها أكثر من وجه، وهي نتاج لتطور الحياة السياسية في المجتمعات الغربية، وكان وما يزال يدعى الإيمان بها أصحاب مبادئ ونظم سياسية متعارضة، يقول بها الليبراليون والاشــتراكيون والــشيوعيون، ويدعيها أيضاً العلمانيون والدينيون، ولكن الذين يطبقونها في الواقع أقل من هؤلاء بكثير، ولها أسماء متعددة وقد تبدو في حالات كثيــرة متعارضـــة، فهـــناك الديموقراطية الليبرالية، والديموقراطية الاجتماعية والاشتراكية الديموقراطية، والديموقراطية الشعبية وغيرها.

إن الديموقـــراطية فـــي جوهـــرها تعني سيادة مبدأ الشرعية، فالسلطة تكون شرعية فقط حين تنبع من الشعب وبرضائه، وحرفياً تعني الديموقراطية: سلطة الشعب أو حكم الشعب(١).

والديموقـــراطية تستخدم بعدة معان فالتعريف الأصلي للكلمة، أنها شكل من أشـــكال الحكم يمارس فيه مجموع المواطنين مباشرة حق اتخاذ القرار السياسي تطبـــيقاً لحكـــم الأغلبـــية، وهـــو ما يطلق عليه الديموقراطية المباشرة، وهناك الديموقـــراطية التمثيلـــية أو النيابية وهي التي يمارس فيها الأفراد الحقوق ذاتها ولكـــن مـــن خلال ممثلين عنهم يختارونهم ويصيرون مسئولين أمامهم، وهناك شـــكل آخـــر من أشكال الديموقراطية يقترب من الديموقراطية التمثيلية إلا أن

سلطة الأغلبية فيه تظل مقيدة في إطار القيود التي تضمن للأقلية التمتع بحقوق جماعـية وفـردية مـثل حرية الكلام والدين وهو ما يعرف باسم الديموقراطية القانونية، كذلك فإن كلمة ديموقراطية قد تستخدم أحياناً لوصف أي نظام سياسي أو اجتماعـي دونمـا اعتبار ما إذا كانت الحكومة ديموقراطية بالمعاني الثلاثة الـسابقة أم لا، خاصـة فـي الـنظم التي تتجه إلى تقليل الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين الأفراد، والناشئة عن التوزيع غير العادل للثروة الوطنية، وهي نظم تعرف بالديموقراطية الاجتماعية أو الاقتصادية أو الشعبية(٢). ويتسع مفهوم الديموقـراطية ليشمل الطرق المختلفة التي يشترك بواسطتها الشعب في الحكم، ومـن هذه الطرق الديموقراطية المباشرة، والتي يتم من خلالها اشتراك الشعب فـي اتخـاذ القرارات وتنفيذ السياسة العامة، كما كان حادثاً في المدن اليونانية القديمـة، ومـن هـذه الطـرق أيضاً الديموقراطية الليبرالية، وهي السائدة في الـولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وبقية دول غرب أوروبا وكندا واليابان والهـند وغيـرها، وهـي تقوم على الحكومة الدستورية والتمثيل الشعبي وحق الانتخاب العام، ثم هناك الديمقراطيات الاقتصادية والاجتماعية والشعبية، وأكثر مفاهيمها في نظر دائرة المعارف الأمريكية، غامضة(٣).

إن الـسيطرة الفعالـة على الشئون الإنسانية من جانب الجماهير الشعبية هو جوهر الديموقراطية في رأي أرنولد توينبي، ولكنه يرى أن هذا مثلاً أعلى نادراً مـا يتم في الواقع، ذلك أن العالم يتجه في المستقبل إلى الحصول على مزيد من التقدم نحو الديموقراطية بمعنى المساواة الاجتماعية أكثر منه نحو الديموقراطية بمعنـى الحرية السياسية(٤)، ولكن الأيام أثبتت فيما بعد عدم صحة تنبؤاته حيث سـار الـتقدم نحـو الديموقـراطية بالمعنـى السياسي بأكثر مما سار بالمعنى الاجتماعـي. والحكومة الديموقراطية لابد لها من ثلاثة شروط على الأقل وهي وحدة وتضامن المجتمع بالدرجة التي تسمح بالمناقشة دون تهديد لوحدة المجتمع

نفـــسه، والإيمـــان بحرية الفرد وحماية ملكيته، وتحقيق الانسجام والتوازن بين القوى الاقتصادية والسياسية والاجتماعية لتحقيق العدل الاجتماعي.

ومـــن المهـــم أن نفرق بين الليبرالية والديموقراطية فالليبرالية مفهوم متعلق بالغايـــات وحدود السلطة، أما الديموقراطية فمفهوم متعلق بوسائل ممارسة هذه السلطة وتحقيق هذه الغايات، وإن كان منطق الليبرالية يؤدي إلى الديموقراطية، فإنه لكي تصبح الديموقراطية حقيقية لابد من احترام الحريات الليبرالية كحرية التعبير وحرية المناقشة وحرية الاجتماع، لقد كانت الديموقراطية تشكل الجانب السياسي من الليبرالية، حيث اعتبرت الليبرالية أن السيادة لابد وأن تكون للفرد وأن الديموقـــراطية مـــا وجدت إلا لتحقيق المصلحة الفردية، وهو المنطق الذي يتبـــناه من يقولون أن الديموقراطية الاقتصادية لا تعني تحقيق العدل الاجتماعي كمـــا يقول بذلك الاشتراكيون، وإنما هي تعني بتحقيق الثروة الفردية وحمايتها، والليبرالية السياسية تتطابق مع الديموقراطية حيث لا تفرق الحكومة بين الأفراد ســـواء فـــي النواحي التشريعية أو النواحي الإدارية، وأن تطبق القانون عليهم جمـــيعاً تطبـــيقاً عـــادلاً، فوجود الديموقراطية رهن بتطبيق مبدأ سيادة القانون، فـــالحكم الديمقراطي هو الحكم القانوني، لذلك فلكي تكون الحكومة ديموقراطية لابد وأن يتوافر لديها أربعة شروط وهي: أن لا يعاقب إنسان إلا في حالة خرقه للقانـــون، وأن يطـــبق القانون على الجميع، وأن العقاب يجب أن يكون مناسباً للجرم، وأن يطبق مبدأ سيادة القانون على مختلف نواحي الحياة في الدولة[٥].

ويلاحـــظ وجـــود شـــبه اتفاق على ضرورة أن يسمح المجتمع الديمقراطي للمواطنـــين بحـــق التجمع معاً في ضوء أي هدف أو مبدأ طالما أن أغراضـهم ليـــست ضـــارة بغيرهم، وهناك صعوبة في تعريف ما هو ضار، إذ ليس هناك أكثـــر ضرراً من حرمان الشعب من ممارسة حقوقه الطبيعية وإبرازها حقه في المـــشاركة في إصدار القرارات السياسية وفي الرقابة على القرارات الحكومية.

وهـــناك من يرى وجود حالات لا تتطابق فيها الديموقراطية مع الحرية بمعنى Liberty "فوضـــع القـــوة السياسية الأساسية في المجتمع في يد الفئات الجاهلة يعني وضعها في الأيدي الأقل اهتماماً بالحرية السياسية، فكثيراً ما تسير الفئات الجاهلة بولاء مطلق وبغير وعي وراء قائد قوي سرعان ما يطيح بالديموقراطية وهـــناك من يفرق بين الديموقراطية والحرية بمعنى Freedom ويرى أنهما لا تعنـــيان نفـــس الشيء، ذلك أن Freedom تعني التخلص من القيود وعلى ذلك فهـــي مـــرحلة ممهـــدة للديموقـــراطية، أمـــا Liberty فهي المفهوم السياسي لــ (Freedom) فالشعب الديمقراطي شعب محرر (Liberated) ولكن الشعب المحـــرر لـــيس دائمـــاً ديمقـــراطياً، فالشعب قد يكون حراً سياسياً ولكن ليس ديمقراطياً فالاستقلال لا يعني الديموقراطية[٦].

ويـــوجد مظهران عامان للديموقراطية، المظهر النظامي السياسي والمظهر الـــسلوكي، وبالتالـــي فهي نظام سياسي يقتسم فيه المواطنون السلطة ويختارون حكـــامهم بحرية ويحتفظون لأنفسهم بالرقابة الدائمة على حكومتهم، وبحكم هذا المظهـــر النظامـــي خمـــسة مبادئ وهي: المساواة أمام القانون، والمساواة في الاقتراع، وانتخاب الممثلين النيابيين دورياً، وأن يكون التشريع بموافقة الأغلبية، وحرية العمل السياسي ووضع البرامج السياسية[٧].

وقـــد يضاف إلى هذه المبادئ الخمسة مبدأ سادساً وهو الرفاهية الاجتماعية، ولكن يبقى أن العامل الرئيسي الذي لا يمكن المساس به في المجتمع الديمقراطي هـــو حـــق الشعب في اختيار حكامه أو الاستغناء عنهم في مواعيد محددة وفي إطار الحريات السياسية وبلا خوف أو تهديد[٨].

أمـــا على مستوى المظهر السلوكي فللديموقراطية مجال أوسع للتطبيق، فهي طريقة حياة وأسلوب للنظر إلى الأشياء والشعور إزاء الإنسانية وهو الأمر الذي يتطلب نوعاً من التربية الديموقراطية طويلة المدى[٩].

[٢]
نقد الديموقراطية

لا يمكن فهم الديموقراطية فهماً صحيحاً دون النظر إلى الانتقادات التي وجهت إليها وخاصة تلك التي جاءت من جانب الاشتراكيون والماركسيون، فالمفكر الاشتراكي البريطاني "هارولد لاسكي" يعتقد بأن الثورة الصناعية هي التي أوصلت الطبقة البورجوازية للسلطة فأقامت الديموقراطية الرأسمالية، وقد كانت هذه الديموقراطية ناجحة طالما أن الظروف كانت في صف نمو وازدهار الرأسمالية، ولكن الوضع اختلف حين اضطرت الطبقة البورجوازية لمواجهة خطر نمو الطبقة العاملة، فسرعان ما تنكرت للحقوق الديموقراطية وكثيراً ما لجأت إلى الدكتاتورية لقمع الشعب، وقدم لاسكي العديد من الأمثلة التي تؤكد رأيه مثل قيام النظم النازية في ألمانيا والفاشية في إيطاليا للدفاع عن النظم الرأسمالية في مواجهة القوى الشعبية عقب الأزمة الاقتصادية التي تعرض لها العالم الرأسمالي عام ١٩٣٠م، وكان ذلك دليلاً على عجز الديموقراطية البورجوازية عن تحقيق المساواة في المشاركة السياسية لكل المواطنين، وعلى ذلك فلاسكي ينتهي إلى القول بأن المثل الأعلى للديموقراطية لا معنى له إذا لم يحقق المساواة في المجال الاقتصادي(١٠).

أما النقد الماركسي للديموقراطية فيتمثل في أعمال ماركس وأنجلز التي ركزت على إبراز الطابع الطبقي للديموقراطية البورجوازية حيث نظراً إلى الحكومات البورجوازية الديموقراطية باعتبارها أداة لقمع الطبقة العاملة(١١).

وقـــد توسع لينين في كشف الطابع الطبقي للديموقراطية البورجوازية وانتهى إلـــى التأكـــيد علـــى أنه طالما كانت هناك طبقات متمايزة لا يمكن التحدث عن الديموقـــراطية الخالصة، بل يقتصر الحديث على الديموقراطية الطبقية فقط، أن الديموقـــراطية الخالصة ليست سوى تعبير ليبرالي كاذب يخدع العمال، فالتاريخ يعـــرف الديموقـــراطية الـــبورجوازية التـــي تحـــل مكـــان النظام الإقطاعي، والديموقـــراطية البروليتارية التي تحل مكان الديموقراطية البورجوازية، ورغم أن الديموقراطية البورجوازية تشكل من وجهة نظر لينين خطوة تاريخية كبيرة إلى الأمام بالمقارنة بالقرون الوسطى الإقطاعية، إلا أنها تظل فردوساً للأغنياء وفخـــا وخديعـــة للفقراء، ويكرر لينين رأي ماركس في التأكيد على أن الدولة البـــرلمانية العـــصرية ليـــست ســـوى أداة لاســـتثمار العمل المأجور من قبل الرأسماليين. ويتساءل لينين: خذوا القوانين الأساسية في الدول الليبرالية، وخذوا إدارتهـــا وخذوا حرية الاجتماع أو حرية الصحافة، أو خذوا مساواة المواطنين أمـــام القانون، ترون في كل خطوة نفاق الديموقراطية البورجوازية الذي يعرفه جـــيداً كـــل عامـــل شريف ومدرك، فليس ثمة دولة من تلك الدول الليبرالية لا يتضمن دستورها منافذ أو تحفظات تمكن البورجوازية من توجيه الجيوش ضد العمـــال وإعـــلان الأحكـــام العرفية في حالة مخالفة النظام، أي في الواقع حين تخالـــف الطـــبقة الخاضعة للاستغلال وضعها الاستعبادي وتحاول أن لا تسلك سلوك العبد(١٢).

وللمهاتما غاندي أقوال مماثلة في نقد الديموقراطية البريطانية ولكن من غير المنظور الطبقي الذي قال به ماركس ولينين، إذا اعتبر غاندي أن استعمار شعب لـــشعب آخـــر يمثل أعلى صور التنكر الديموقراطية فالاستعمار لا يحرم طبقة معينة من الحرية، وإنما يحرم شعباً بكامله من حقه في حكم نفسه بنفسه(١٣).

[٣]

الديموقراطية الناشئة

نخلص مما سبق إلى تسجيل عدد من الملاحظات الأساسية التي تساعد على وضع إطار عام لمفهوم الديموقراطية وأهمها:

أولاً: ان كلمــة ديموقراطية **Democracy** تشتق من كلمة Demos وهي بالإغريقية تعني "شعب" و Kiatos وتعني سلطة، فهي إذن تعني سلطة الشعب أو حكــم الــشعب، فالسلطة في الحكومة الديموقراطية في يد الشعب أو أغلبيته ويــتولاها بنفسه أو بواسطة نواب ينتخبهم ليحكموا باسمه، والحكم الديمقراطي أساســه أن الــسلطة فــي الدولة مصدرها الشعب ولا يمكن أن توجد في هيئة أخــرى، فرداً كان أو جماعة فالشعب إذن هو الذي يجب أن يدير شئونه بنفسه (الديموقــراطية المباشرة) أو بواسطة نواب يمثلونه (الديموقراطية النيابية) وهو الذي ينتخب الحكام الذين يحكمونه أو على الأقل الهيئة التي تراقب هؤلاء الحكام مثل البرلمان(١٤).

ثانـياً: الفكرة الديموقراطية قديمة ترجع إلى مدن اليونان القديمة، وأشارت إلــيها بعض الأديان، أما العصر الحديث فقد شهد تطبيق الفكرة، فالديموقراطية كما نعرفها الآن والتي ترمي إلى إشراك أكبر عدد ممكن في الحكم إما بطريقة مباشــرة أو غيــر مباشــرة، فهي لم تطبق عملياً في الدول الحديثة- باستثناء المقاطعــات السويسرية- إلا منذ أواخر القرن الثامن عشر بعد الثورة الأمريكية

والـــثورة الفرنـــسية، وكثير من الديمقراطيات القديمة لم تكن سوى ديمقراطيات إســـمية كديموقـــراطية أثينا أو اسبرطة، فقد كانت ديموقراطية للأحرار وكانوا أقلية، وحرم منها العبيد وكانوا الأكثرية.

ثالثاً: لابـــد أن نفـــرق بين الديموقراطية كمذهب فلسفي سياسي واجتماعي والديموقـــراطية كـــنظام مـــن أنظمة الحكم فالديموقراطية كمذهب ترجع أصل الـــسلطة الـــسياسية أو مصدرها إلى الإرادة العامة للأمة، أي أن هذه السلطة لا تكـــون شـــرعية إلا إذا كانت وليدة إرادة عامة، أما الديموقراطية كنظام للحكم، فهي تعني ذلك النظام الذي يستلهم روح المذهب الديمقراطي أي أنه ذلك النظام الذي ينشأ كوليد للأمة ويقرر أصحابه أنه نظام شرعي لأنه يقوم على أساس تلك الإرادة، أي إرادة الأمة(١٥).

وفـــي كـــل الحـــالات فإن الديموقراطية يجب أن تقوم على أساس المساواة الـــسياسية بـــين الأفـــراد ومعارضة احتكار الامتيازات السياسية لأي طبقة من طـــبقات الـــشعب وتـــؤكد على ضرورة وضع الحكم بين أيدي الأغلبية وعلى ضرورة أن تصدر القوانين بموافقة الرأي العام(١٦).

كذلك فالديموقراطية ليست غاية في ذاتها، وإنما هي وسيلة لكي يتولى الشعب حكم نفسه بنفسه بحيث لا يستبد بالسلطة فرد أو طائفة(١٧). وبذلك تصان حريات الأفراد من العبث والاستغلال.

رابعاً: لقـــد اقترن ظهور الديموقراطية في العصر الحديث بانتصار الطبقة الـــبورجوازية علـــى الإقطاع في نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عـــشر، حـــيث كانـــت الديموقـــراطية هـــي الفلسفة التي استولت عن طريقها الـــبورجوازية علـــى الـــسلطة الـــسياسية في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية.

وكمـــا كانـــت الرأســـمالية هي الفلسفة الاقتصادية للبورجوازية، فقد كانت

الديموقــراطية هي فلسفتها السياسية، وكون الاثنان معاً، مجمل الفلسفة الليبرالية بجانبيها السياسي والاقتصادي.

وقــد كان هدف الديموقراطية الليبرالية هو تقليص القيود التي تضعها الدولة على الفرد إلى أقصى حد[١٨].

وحـــصر دور الـــسلطة في ثلاثة أهداف فقط هي تحقيق أمن الفرد وسلامته وخيره العام، فالديموقراطية الليبرالية ترى أن الفرد وهو خير حكم على الأعمال التـــي تعـــود عليه بالخير[١٩]. أما المجتمع فلا يمكن أن يحكم إلا على الأضرار التـــي قـــد تلحق بالآخرين، فالجانب الوحيد من تصرفات الفرد الذي يقع تحت طائلـــة المجـــتمع هـــو ذلك الجانب الذي يدخل ضمن شئون الأفراد الآخرين، فالمبـــرر الوحيد لوجود السلطة في نظر الديموقراطية الليبرالية هو منع الضرر عن الفرد، فهي ترفض أي مبرر لتدخل الدولة في شئون الأفراد حتى لو ادعت أنهـــا بذلك تريد تحقيق مصلحة لهم[٢٠] ذلك أن الديموقراطية الليبرالية تعتقد أن الفـــرد يعـــرف صـــالحه بأفضل مما تعرفها الدولة، وأن الأفراد يمكنهم تحقيق مصالحهم بصورة أفضل مما لو حدث أي تدخل يحد من حريتهم.

خامساً: لقد واجهت الديموقراطية الليبرالية امتحاناً عسيراً في النصف الأول مـــن القـــرن العشرين في مواجهة الأفكار الاشتراكية التي بدأت تطالب بتدخل الدولـــة لتنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية ولتحقيق الرفاهية العامة، وهو ما حدث بالفعل في كثير من المجتمعات الديموقراطية، بحيث أصبحت الديموقراطية الليبـــرالية تتـــسع لتشمل الاتجاهات المطالبة بتدخل الدولة لتحقيق مجموعة من التـــشريعات التـــي استهدفت إيقاف تقدم الاشتراكية كقانون التأمين ضد البطالة والتأمـــين ضـــد العجز، بل أن أفكاراً مثل الضرائب التصاعدية لصالح الأغلبية صـــارت جـــزءاً أساســـياً من الفكرة الديموقراطية الليبرالية، وفي مقابل الدولة الاشـــتراكية قدمت الديموقراطية الليبرالية دولة الخدمة العامة أو دولة الرفاهية،

ولم تكتفِ الديموقراطية الليبرالية بإيقاف تقدم الاشتراكية، بل قضت عليها تماماً فـــي العقـــد الأخيـــر مـــن القرن العشرين بانهيار الاتحاد السوفيتي وما عرف بمنظومة الدول الاشتراكية.

سادساً: لقـــد رافق الانتصار الحاسم للديموقراطية الليبرالية في نهاية القرن العـــشرين بانهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية، ظهور نظريات حاولـــت تأكيد هذا الانتصار وتحويله إلى حتمية تاريخية، كما فعل فوكوياما في كـــتابه "نهاية التاريخ" وغيره من المفكرين الليبراليين الجدد، إلا أنه لم يمر عقد واحـــد مـــن الزمان حتى تبين أن هذا الانتصار لم يكن سوى وهما، ففي تقرير بعـــنوان "الحكم الديمقراطي الصالح" أصدره مركز المشروعات الدولية الخاصة بواشـــنطن فـــي فبراير عام ٢٠٠٤م، ذكر أنه على الرغم من وجود نحو ١٤٠ دولة في الوقت الحالي يمكن اعتبارها ديمقراطيات انتخابية ذات تعددية حزبية، إلا أن أكثـــر مـــن نصف عدد هذه الدول يعاني من عدم احترام حقوق الإنسان وحـــق التعبير عن الرأي وعدم مشاركة المواطن في عملية صنع القرار وعدم تطبيق مسائلة الحكومة، وتظل هذه الديمقراطيات الناشئة ضعيفة وغير متحررة، كمـــا تـــستمر فـــي المعانـــاة من انخفاض معدلات النمو وانتشار الفساد وزيادة الاســـتياء بين المواطنين، ونتيجة لذلك بدأ الكثير من مواطني تلك الديمقراطيات الناشـــئة فـــي معارضـــة الإصلاحات الديموقراطية القائمة على أساس اقتصاد السوق[٢١].

كمـــا تدل الأزمات المالية الحديثة على أن الفشل في دمج الحكم الديمقراطي كجـــزء لا يتجـــزأ مـــن الإصـــلاحات الاقتـــصادية يعرض برنامج الإصلاح الديمقراطي كله للخطر، هذه الأزمات والسخط المتزايد من الديموقراطية والأداء الاقتصادي الضعيف في الديمقراطيات الناشئة أو الصاعدة سيؤدي إلى استمرار الاســـتياء مـــن بناء الديموقراطية في العالم النامي، أن المواطنين في الكثير من

الديمقـــراطيات الناشـــئة يظلون بمنأى عن صنع القرار ويجبرون على الالتزام بالقوانـــين واللوائح التي تم صدورها بأسلوب لا يتسم بالشفافية والتي تفتقر إلى طـــريقة تعالج المظالم ولا تضمن للمواطنين حقوقهم(٢٢)، كذلك فقد كشف "مسح الحكم الديمقراطي والديموقراطية" الذي أجرته جالوب انترناشونال سنة ١٩٩٩م أن أكثـــر مـــن ٦٠% من سكان العالم لا يحكمون بإرادة الشعب حتى ولو زعم أغلـــبهم أن الانـــتخابات التي تجرى في بلادهم حرة ونزيهة، فإن مجرد إجراء انتخابات لا يكفي، لأن الحكومات في الكثير من الدول في الديمقراطيات الناشئة لا تقـــيل في التطبيق العملي المساءلة فضلاً عن أن أساليبها في ممارسة السلطة تعوق جهود التنمية الديموقراطية(٢٣)، ومن ناحية أخرى وجد اتجاه آخر يرى أنه ســـيكون هـــناك محاولات للتوفيق بين الفردية والجماعية وبين عمومية مقولة الديموقـــراطية وخصوصية التطبيق في ضوء التاريخ الاجتماعي الفريد في كل بلد(٢٤).

هوامش الفصل الأول

(1) International Encyclopedia of Social Sciences: V. 4. The Macmillan Company. U.S.A. 1998. P. P. 112- 116.

(2) Encyclopedia Britanica: Volume 7. 2005. p.p. 218- 226.

(3) The Encyclopedia Americana: Volume F. Americana, Corporation. U.S.A. 2006. 640- 648.

(4) Toynbee. Arnold: Democracy in the Atomic Age. Oxford University press. London. 3 Edition. 1988. p.p. 2-8.

(5) Wheeler. Harvey: Democracy / n revolutionary. Erepelican Book. London. 2001. 122- 125.

(6) Penoek. Kolend: Liberal Democracy. Rinehart company. U. S. A. 4 Edition 2002. p. p. 98- 105.

(7) Plamenats. John: Democracy. London. 1993. p. p. 175- 178.

(8) Bailed. P. H.: What is Democracy. The comstook publishing. U.S.A. 3 Edition. 2003. p.p. 48.

(٩) صـــول. بادوفر: معنى الديموقراطية- ترجمة جورج عزيز، دار الكرنك للنشر، القاهرة، صـــ١٩-٢٠.

(10) Laski, Harold, Democracy in crisis, London. 5 Edition 1978. p.p. 49- 56.

(١١) كارل ماركس: الحرب الأهلية في فرنسا- دار التقدم- موسكو- ١٩٦٣، صـــ١٩- ٢٧، ومقدمة انجلز للكتاب.

(١٢) لينين: المختارات، الجزء الأول، المجلد الثالث، دار التقدم، موسكو ١٩٦٧ ، صـــ٩٧- ١٠٧.

(13) Paulo. Sigmund: The democratic Experience. London. P. p. 68- 73.

(14) Florine. Morris: America's New Democracy. University of California press. 2004. p. p. 62- 69.

(15) Bartels. Larry: Mnequal. Democracy, the political. Economy of the New Age. Rowman and Littlefield 2004. p. p. 42- 47.

(16) Bryan. Frank: Real Democracy. Columbia University Press. U.S.A. 2005. p.p. 120- 127.

(17) Dwokin. Ronald: Is Democracy possible Here? Principles for a New political Debate. Harmony Books. New York. 2008. p. p. 216-222.

(18) The New Encyclopedia Britanica. Volume 4- 15th Edition. Chicago, London, 2005. p. p. 5-6.

(19) Wheeler. Mark: Changes Kaliberal Koliberal- Democratic Polictical Structures. Blackwell publishers London. New York. 2004- p.p. 212-217.

(20) Mcluhan. Marchal: The Medium is the Massage. Penguin, London. 1967. p. p. 112- 119.

(21) Lanham. Batra: Digital freedom. Rowmanand Little field. London. New York, 2008. P. P. 117- 119.

(22) Allen. David: Democracy. University of Illinois Press. U. S. A. 2005. p. p. 62- 69.

(23) Sullivan. John: Democratic Governonce, The Key to political and Economic Reform. Center for International private Enterprise. U. S. A. 2004. p. p. 3-4.

(٢٤) يسر السيد: الخريطة المعرفية للمجتمع العالمي، من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعرفة- شركة نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع- القاهرة- ٢٠٠٨- صـ٢٦٨ - ٢٦٩.

الفصل الثاني

ديموقراطية الإعلام

[١]

الإعلام الديموقراطي

ظلـــت ديموقراطية الإعلام حلماً يراود معظم شعوب العالم لأكثر من قرنين مـــضيا، وقـــد تحـــول هذا الحلم في السنوات الأخيرة إلى أحد أهم بنود أجندة الاهـــتمام العام على المستوى الوطني والدولي، لا فرق في ذلك بين المجتمعات المتقدمة أو النامية، أو بين دول العالم الأول أو الثاني أو الثالث، وقد تحقق ذلك بفعل عدد من المتغيرات المهمة التي شهدتها البشرية في العقدين الماضيين، وفي مقدمتها تبرز المستحدثات التكنولوجية في مجال الاتصال والإعلام، والتي أدت إلـــى انقلاب في المفاهيم المتعلقة بالحقوق والحريات الفردية والمجتمعية بشكل عام وحرية الإعلام بشكل خاص، ومن هذه المتغيرات تنامي الاتجاه إلى العالمية والذي بدأ بما أطلق عليه مارشال ماكلوهان في الستينات القرية الكونية، والذي تطـــور فـــي التسعينات إلى ما يسمى بالعولمة(١). ويضاف إلى تلك المتغيرات تـــشكل نظـــام إعلامي دولي جديد يقوم على سيطرة نظام إعلامي واحد، وهو النظام الإعلامي الغربي الليبرالي، وهيمنة قطب واحد على هذا النظام الأحادي ممـــثلاً في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك بعد انهيار النظام الإعلامي الدولي القـــديم الـــذي كـــان يقـــوم على السيطرة الثنائية عقب اختفاء النظام الإعلامي الاشتراكي وتفكك الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية.

ومـــن المهـــم أن نعتـــرف بوجـــود ارتباط وثيق بين ديموقراطية المجتمع وديموقراطية الإعلام في هذا المجتمع، وأن ديموقراطية المجتمع لابد أن تسبق

ديموقـــراطية الإعـــلام، و يخل بهذه القاعدة وجود بعض التجارب التي شهدت نمـــاذج مـــن الـــصحافة الحـــرة نـــسبياً في مجتمعات خلت من النظم السياسية الديموقراطية، ولكن استمرار هذه النماذج يظل رهناً بمشيئة السلطة ومصالحها كذلك لا يخل بهذه القاعدة وجود نظم سياسية ديموقراطية في بعض المجتمعات مـــع عـــدم وجود ديموقراطية إعلامية، وذلك حين تفتقد هذه المجتمعات وجود وســـائل إعـــلام كافـــية أو مناسبة مثل عدم توافر المرافق الأساسية للاتصال، فالمـــشكلة هنا، ليس لأن وسائل الإعلام غير ديموقراطية، بل لأن هذه الوسائل غيـــر موجـــودة أصلاً، وبذلك تكون فرص الإعلام محدودة بسبب نقص البنية الأساســـية ونقـــص شـــبكات الاتصال وخاصة في كثير من البلدان المتخلفة أو النامـــية، وفي ذات الوقت فإن ديموقراطية الإعلام لا يمكن حصرها في مجرد توفر مزيد من مرافق الاتصال، وإنما من الضروري أن يرافق ذلك انتفاع أكبر عدد من المواطنين بوسائل الإعلام.

وهناك جانب من الظاهرة يرتبط بجمهور وسائل الإعلام في المجتمع، حيث تـــوجد فـــئات عريضة من الجمهور غير قادرة عملياً على الاستفادة من بعض وسائل الإعلام أو التفاعل الديموقراطي معها، ففي كثير من المجتمعات وخاصة المجتمعات النامية يفتقر الملايين من المواطنين إلى المعرفة اللازمة لحل رموز الرســـائل الإعلامية أو فهمها، وينشأ حاجز أساسي يعوق ديموقراطية الإعلام، بين أولئك الذين يبثون الرسائل الإعلامية والذين يتلقونها، ولا يقتصر ذلك على الأميين وحدهم الذين لا يستطيعون فهم الرسائل الإعلامية المكتوبة، بل أن هناك كثيـــرون لا يستطيعون حل رموز الرسائل الإعلامية السمعية والمرئية أو الذين لا يستطيعون فهمها فهماً كاملاً، وأن وجود أكثر من ٨٠٠ مليون أمي في العالم(٢)، وتـــزيد أعـــدادهم عامـــاً بعد عام، معناه أن نسبة غير قليلة من المواطنين يـــستبعدون من المشاركة الحقيقية في العملية الإعلامية، وهو الأمر الذي يعوق ديموقراطية الإعلام.

ومن الضروري النظر إلى ديموقراطية الإعلام باعتبارها عملية ثنائية الاتجاه يجـــري فيها حوار ديمقراطي متوازيين شركاء، سواء كانوا أفراداً أو جماعات. فالحوار هو أساس الإعلام الديموقراطي، في حين أن المونولوج أو الحديث من طــرف واحــد هــو أساس الإعلام السلطوي، لذلك كان من الطبيعي أن يكون الإعــلام الديموقراطـــي إعلاماً أفقياً، تقوم بنيته على المشاركة الجماهيرية في العملــية الإعلامية وليس مجرد هدف للإعلام، في حين يكون الإعلام السلطوي إعلامـــاً رأســياً، تقوم بنيته على تدفق الرسائل الإعلامية من أعلى إلى أسفل، وحيث يتحدث القلة إلى الكثرة عن الاحتياجات الإعلامية للكثرة من وجهة نظر القلة(٣).

إن تحقــيق ديموقراطية الإعلام يتطلب توفر ثلاثة شروط أساسية: أن يصبح المواطن شريكاً نشطاً وليس مجرد هدف للإعلام، وأن تتنوع الرسائل الإعلامية المتبادلة، وأن تزداد مساهمة المواطنين في وسائل الإعلام.

ويمكــن تحقيق الأهداف الثلاثة السابقة بوسائل عدة، منها إتاحة فرصة أكبر لحــق الــرد والتصويب عما ينشر أو يذاع أو يبث عبر وسائل الإعلام، وكذلك تشجيع عمليات التغذية الارتدادية والتي يشارك الجمهور عن طريقها في التعبير عن رأيه فيما ينشر أو يذاع أو يبث بحيث تصل إلى مرحلة يتحقق فيها "الإعلام التفاعلي" بين وسائل الإعلام والجمهور، عن طريق تزايد اشتراك المواطنين في الكتابة إلى الصحف وفي إنتاج البرامج وتقديمها في الراديو والتليفزيون، وكذلك إعطـــاء شرعية لوسائل الإعلام البديلة التي ينشئها المواطنون بعيداً عن وسائل الإعلام الرسمية أو التقليدية مثل الصحف والإذاعات وقنوات التليفزيون المحلية الــصغيرة التـــي يسهل انتشارها في القرى الريفية والأحياء المهمشة في المدن الكبرى.

لقــد كانت وسائل الإعلام البديلة موجودة دائماً، وفي كافة المجتمعات، وهي

في المجتمعات السلطوية تتحدى القيود التي تفرضها السلطة وتفرض وجودها بأساليب مخفية أو سرية، ولكنها في المجتمعات الديموقراطية تصبح أدوات لتطوير الاتصال الأفقي الذي يعزز ديموقراطية الإعلام، يعكس الإعلام السلطوي الرأسي الذي يعزز هيمنة السلطة ومركزية وسائل الإعلام.

ومن الأساليب الفعالة في تحقيق ديموقراطية الإعلام، تنمية الوعي النقدي للمواطنين تجاه ما يقدم لهم من وسائل الإعلام، بحيث يستطيع المواطن أن يميز بين الرأي والخبر، وبين الإعلام والإعلان، وبين الحقيقة والزيف، وبين الموضوعي والذاتي في أحكام الإعلاميين.

إن تطور الوعي النقدي لدى المواطن كفيل بإيجاد جماعات الضغط الجماهيرية التي تواجه سيطرة جماعات المصالح على وسائل الإعلام، تلك السيطرة التي مثلت في حالات كثيرة أحد أهم معوقات نمو ديموقراطية الإعلام(٤).

ولكي نتعرف بدقة على مفهوم الإعلام الديموقراطي علينا أن نختار مدخلاً إلى هذا التعريف يقوم على توصيف المفهوم المعاكس له، أي الإعلام السلطوي، ومن خلال الدراسة المقارنة بين المفهومين، سوف نصل حتماً إلى التوصيف السليم للإعلام الديموقراطي. الإعلام السلطوي يقوم في الأساس على توظيف وسائل الإعلام في خدمة السلطة الحاكمة، حيث تلتزم وسائل الإعلام بخدمة السلطة الحاكمة، حيث تلتزم وسائل الإعلام بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة أو ما يتعلق بها، وهي أيضاً مطالبة بالدفاع عن سياسات الحكم، وأن السماح لأي فرد بالعمل في مجالات الإعلام منحة من الحاكم وامتيازاً يختص به من يشاء من رعيته، وهذا الامتياز الممنوح للفرد يترتب عليه التزام منه بتأييد النظام الحاكم وسياساته، فإذا أخل الفرد بهذا الالتزام سحب منه هذا الامتياز فلا يعود له حق العمل في الإعلام. وملكية وسائل الإعلام في ظل الإعلام السلطوي ليس

ضرورياً أن تقتصر على الدولة، إذ يسمح للأفراد بهذه الملكية، ولكن في مقابلها أوجدت الحكومة لها حقوقاً توازن بها هذا الحق، مثل إلزام الفرد بضرورة الحصول على ترخيص حكومي بإصدار أو بث الوسيلة الإعلامية، ومثل حق الحكومة في فرض الرقابة على ما تنشره أو تذيعه أو تبثه هذه الوسائل الإعلامية الخاصة.

أما الإعلام الديموقراطي فيقوم على عكس الأسس التي يقوم عليها الإعلام السلطوي، وأول هذه الأسس أن حق المواطن في الإعلام حق طبيعي كحقه في الماء والهواء، ولكي يمارس المواطن هذا الحق الطبيعي لابد لوسائل الإعلام أن تتمتع بحريتها كاملة دون أية قيود تفرض عليها من خارجها، كذلك ففي ظل الإعلام الديموقراطي يحق لأي مواطن إصدار ما يشاء من وسائل الإعلام ودونما حاجة إلى ربط هذا الحق بتصريح أو موافقة من السلطة الحاكمة، وبناء على ذلك لا توجد أي نوع من أنواع الرقابة، وأن أي تجاوزات تقع من وسائل الإعلام لا يحاسبها عليها سوى القضاء وحده[٥].

ويلاحظ من خلال استعراض تطور ملكية وسائل الإعلام وجود ارتباط وثيق بين زيادة أو نقص مساحة الديموقراطية الإعلامية وبين نمط الملكية السائد في وسائل الإعلام، فكلما اتسع نمط الملكية العامة أو الحكومية لوسائل الإعلام، نقصت مساحة الديموقراطية في هذه الوسائل، وكلما اتسع نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام، زادت مساحة الديموقراطية في هذه الوسائل، وهناك العديد من الأمثلة والشواهد التاريخية التي تؤكد هذه الحقيقة في العديد من الدول.

ورغم ذلك فإن ملكية الإعلام الإذاعي والتليفزيوني اكتسبت وصفاً خاصاً يميزها عن ملكية الصحف، فقد ظلت ملكية الإذاعة ثم التليفزيون في العديد من دول غرب أوروبا، وبينها دول عريقة في الديموقراطية مثل انجلترا وفرنسا، ملكية عامة ولم تسمح هذه الدول بالملكية الخاصة في الإعلام الإذاعي

والتليفزيوني إلا مع بداية السبعينات من القرن الماضي، مع ملاحظة أن الإذاعة والتليفـــزيون فـــي هذه الدول تمتعت باستقلالها الكامل عن الحكومة رغم ملكية الدولة لها، فهذه الدول الديموقراطية تأخذ بفكرة الفصل بين ملكية الدولة للإذاعة والتليفـــزيون وبين سيطرة الحكومة على هذه الخدمات، وذلك باعتبار أن الدولة دائمـــة وتمـــثل جميع المواطنين، في حين أن الحكومة متغيرة ولا تمثل سوى حـــزب أو مجموعة أحزاب من المواطنين، ومن ناحية أخرى فإن ملكية الدولة للإذاعة والتليفزيون في هذه الدول الديموقراطية لم تحل دون إعطاء الأفراد حق تملك وإذاعة وبث الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية.

والملفـــت للانتـــباه هو إصرار غالبية الحكومات في العالم الثالث وفي العالم العربـــي خاصة على احتكار الدولة لملكية الإعلام الإذاعي والتليفزيوني وعدم الـــسماح بالملكـــية الفـــردية في هذا القطاع الإعلامي الهام والمؤثر في التطور الديموقراطـــي، فـــضلاً عن إصرار حكومات هذه الدول على الإشراف المباشر على الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، وهو الأمر الذي يعوق تطور الديموقراطية الإعلامية في هذه الدول.

[٢]

حرية المعلومات

تــوجد علاقة وثيقة بين ديموقراطية الإعلام وحرية تدفق المعلومات، سواء علــى المــستوى الوطني أو الدولي، حيث تمثل وسائل الإعلام القناة التي تمد المــواطن بالمعلــومات، ويــصبح الصحفي أو الإعلامي القائم بالاتصال ممثلاً لــضمير المجتمع، ومسئولاً عن تيسير حق الحصول على المعلومات والحقائق، مــن خلال الصحافة أو الإذاعتين المرئية والمسموعة. بالإضافة إلى تيسير حقه في البحث عن المعلومات المتصلة بشئونه الحياتية، وبتعاملاته مع أجهزة الدولة ومؤسسات المجتمع المدني.

وفي ضوء هذا الفهم نستطيع أن ندرك أهمية تحقيق ديموقراطية إعلامية من خــلال حمايــة حق الإعلامي في الحصول على المعلومات، وتوفير حريته في البحث عنها والوصول إلى مصادرها، والتواجد في مواقع الأحداث دون أي قيود أو معوقات.

ويــنص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في مادته التاسعة عشرة على أن: "لكــل شــخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تــدخل، واســتقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت، دون التقيد بالحدود الجغرافية".

ومــنذ نهاية الحرب العالمية الثانية إلى اليوم، هناك سعي دؤوب من مختلف

الــشعوب لتطبــيق هــذا الإعلان، وتحقق تقدم كبير في بعض البلدان، وحدثت إخفاقــات كبــرى فـــي بلـــدان أخرى، ومن الناحية الفكرية تولدت عدة مفاهيم لتطبيقات هذا النص مثل: "حرية الإعلام"، و "التدفق الحر للمعلومات"، و "التدفق المتواتر للمعلومات"، و "حرية الانتفاع بوسائل الإعلام" و "الحق في الاتصال"، وقد جاءت كلها ثماراً طبيعية للمبدأ الأساسي وهو ديموقراطية الإعلام.

إن ديموقراطية الإعلام تتجاوز الحق في تلقي الرسائل الإعلامية أو الحصول علـــى المعلومات، وإنما ينظر إليها باعتبارها عملية ثنائية الاتجاه، يجري فيها الــشركاء- سواء كانوا حكاماً أو مواطنين أو أفراداً أو جماعات، أو منتجين أو مستهلكين- حواراً متوازناً يسهم في تكوين صورة صحيحة عن الآخرين. ومن المهــم أن نشير إلى ظهور مفهوم (الحق في المعرفة)، بكل ما ينطوي عليه من قــيم وأفكار، وهو يطرح نفسه اليوم وبقوة على المستوى الدولي في مؤتمرات الأمــم المــتحدة ومــنظمة اليونسكو، وفي العديد من اجتماعات المنظمات غير الحكومــية على المستوى الإقليمي والوطني، ويتزايد الاعتراف الدولي به كحق جديــد للإنــسان يضاف إلى الحقوق التي تم إعلانها بالفعل. وتتمثل المكونات الرئيسية لهذا الحق الإنساني الشامل في الحقوق التالية (دون أن تقتصر عليها)، وهـــي الحـــق في الاستفسار، والحق في الحصول على المعلومات، والحق في الانــتفاع بوسائل الإعلام، والحق في الاختيار بين هذه الوسائل. ويقتضي بلوغ هذا الحق توافر الموارد اللازمة للوفاء باحتياجات الاتصال البشري، والحق في المشاركة في المعرفة من خلال الحوار والمناقشة، واحترام التعددية في المواقف والأفكار، الحق في المعرفة لن يتحقق بدون ديموقراطية المعرفة، وديموقراطية المعــرفة لن تتحقق بدون ديموقراطية الاتصال والإعلام، وهو ما يتطلب انتفاع عامـــة الجمهور بوسائل الإعلام، وأن يتاح للأمم وللقوى السياسية والمجتمعات الثقافــية والكــيانات الاقتــصادية والفئات الاجتماعية، مزيد من الإمكانات لكي

تتبادل المعلومات بدرجة أكبر من المساواة، وبدون سيطرة تحكمية، وبدون تمييز بين الأشخاص أو المجتمعات بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة[٦].

ولا شك أن السنوات القليلة الماضية قد شهدت العديد من المتغيرات التي سرعت من اعتراف العديد من الدول بديموقراطية الإعلام فهناك التزايد المستمر لدور وسائل الإعلام في حياتنا المعاصرة ووصولها إلى أعداد متزايدة من الجمهور، حتى أصبح الإعلام شريكاً رئيسياً في ترتيب أولويات اهتماماتنا، ومؤثراً على عملية إصدارنا للأحكام في القضايا والأمور المثارة في مختلف دوائر الاهتمام المحلي والإقليمي والعالمي، وأصبح الجانب الأكبر من تصوراتنا عن العالم المحيط بنا من صنع الإعلام ووسائله التي زادت قدرتها على التأثير في أفكارنا وآرائنا وقيمنا، إضافة إلى مسئوليتها عن تنمية وعينا أو تزييفه، وتطوير قدراتنا على الانتقاء والاختيار والحكم السليم، أو أن تصبنا في أنماط وقوالب جامدة.

وهناك التطور الديموقراطي الذي يشهده العالم بشكل عام، والعديد من الدول النامية بشكل خاص، وما صاحب ذلك من اتساع حرية الرأي والتعبير، واهتمام كبير بحقوق الإنسان، والاتجاه نحو القبول بمزيد من التعددية والتنوع في وسائل الإعلام (مطبوعة ومسموعة ومرئية)، مما أوجد أشكالاً جديدة من هذه الوسائل مختلفة الفكر والهدف باختلاف طبيعة مالكيها، وسعيها لتحقيق مصالح القوى السياسية والاقتصادية التي تعبر عنها، فظهرت صحف مملوكة ملكية خاصة بصيغ مختلفة، وتعددت قنوات وشبكات الإذاعة والتليفزيون الأرضية والفضائية والمشفرة، وترافق ذلك مع الاستثمار الهائل في مجال الإعلام، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع دور الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة، بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على جماهيرتها

وتأثيرها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من إعلام التعبئة الموجه إلى إعلام السوق الحر.

ولا شـــك أن التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبح له أثره الكبير والمتنوع في تسهيل الحصول على المعلومات، فبالإضافة إلى ما تتميز به أجهـــزة وأدوات الإعلام الحديثة في مجال الإرسال والاستقبال، وما بلغه التقدم في مجال الأقمار الصناعية، والكومبيوتر والقنوات الفضائية والإنترنت والهاتف المرئـــي والـــنظم الرقمية، وغيرها من المستحدثات التكنولوجية، فإن هذا التقدم التكنولوجـــي بصفة عامة حقق نتائج ملموسة في عديد من المجالات، يأتي في مقدمـــتها الحصول على المعلومات من مصادر متعددة، والربط بينهما في إطار منظومة محكمة من حيث مضامينها وتشابكها وتأثير بعضها في البعض الآخر، وتجمـــيع المعلـــومات وتخـــزينها وسهولة استرجاعها وتدفقها، وتضاعف سعة نطاقـــات عبورها، ورصد الأحداث في مواقعها وقت حدوثها، وبثها بين جميع البـــشر بوســـائط صوتية قادرة على ترجمتها الفورية بلغات وطنية، والحصول على ردود أفعال بشأن الأحداث مهما كانت متباينة، ومن كل المواقع الاتصالية، والقفز فوق المعوقات أو التعتيم الإعلامي الذي قد تفرضه بعض الحكومات على مواطنيها ومجتمعاتها، حيث أصبحت السماوات المفتوحة تبث أطيافاً من المواد الإعلامية لكل من يريد أن يستقبل منها ما يناسبه، وتيسير حصول المواطن على المـــواد الإعلامـــية، ومن ثم زيادة الطلب عليها والتأثر بها، والسيطرة النسبية لثقافة الصورة من خلال هيمنة الإعلام المرئي على الإعلام المسموع والإعلام المقروء، والتنافس في مجال السبق الصحفي.

وقد نتج عن هذا التطور الذي حققته وسائل الإعلام آثار ملموسة على الفرد والمجتمع بعضها إيجابي وبعضها سلبي.

أمـــا الآثار الإيجابية فتتمثل هي زيادة المعرفة والتقدم العلمي، وزيادة فرص

التثقيف وتيسير عمليات التعليم والتعلم، وزيادة فرص المعرفة بالآخر وتكامل الثقافات والحضارات، والقدرة على كشف المغالطات والشائعات، بقصد استخلاص المعلومات وتلقيها، والقدرة على التحقق من صحة الأخبار والمعلومات الوافدة والمحلية، وأصبح جمهور المتلقين أكثر تأثيراً على الإعلام، مما جعل الإعلام الوطني مهتماً بتقديم ما يشبع ويرضي هذا الجمهور، لكي لا تستأثر به الفضائيات التي تبث عبر السماوات المفتوحة متمثلة في الإعلام الخارجي[٧].

إن الحق في إعلام ديمقراطي يترتب عليه حق الإعلاميين في الوصول إلى المعلومات بدون عوائق، وكذلك الحق في نشرها وبثها إلى جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين على نحو آمن وفعال. كذلك فإن هذا الحق يتطلب السماح للإعلاميين بحق التعبير عن آرائهم بحرية، وتلك قضية تتعلق من ناحية بحرية الإعلام والتعبير، وتتعلق من ناحية أخرى بحق جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين في تلقي واستقبال الآراء المختلفة، وهو الحق الذي يمتلكه كل مواطن، وإن توقف الأمر غالباً في التطبيق على حرية الإعلاميين.

كذلك فمن الصحيح، بطبيعة الحال، أن الحق في استقاء المعلومات والحق في التعبير عن الآراء، ينبغي أن يتمتع بهما كل إنسان، غير أن الإعلاميين في حاجة إلى ممارسة هذه الحقوق كشرط أساسي للقيام بعملهم على نحو فعال، وهم بصفة خاصة عرضة لخطر القيود التي تفرضها السلطة، ومما تجدر مراعاته في هذا الصدد، التفرقة بين المحاسبة على الخبر وبين الرأي والتحليل، فالخبر يجب أن يكون صحيحاً ودقيقاً، أما الرأي فهو اجتهاد يحتمل الصواب والخطأ، ولا تجوز المحاسبة عليه.

معنى ذلك أن ديموقراطية الإعلام، بأوسع معانيها، تمثل امتداداً جماعياً لحرية كل مواطن في التعبير المعترف به كحق من حقوق الإنسان، فالمجتمعات

الديموقـــراطية تنهض على أساس مفهوم سيادة الشعب الذي يحدد إرادته العامة رأي عـــام مطلع، وأن حق الرأي العام في المعرفة هو الذي يمثل جوهر حرية وسائل الإعلام، وهي الحرية التي لا يعتبر الإعلامي المحترف سوى قيم عليها، وأن الحرمان من هذه الحرية ينتقص من سائر الحريات جميعاً.

إن المعلومات الكاملة الدقيقة حول الأمور المتعلقة بالصالح العام، هي الوسيلة التـــي تمكن الجمهور من محاسبة الحكومات والمؤسسات والمنظمات وكل من بيده السلطة على أي مستوى ولكن بعض أو قلة من القائمين على السلطة كثيراً مـــا يميلون إلى إخفاء ما لا يودون ذيوعه، أو من المحتمل أن يثير الرأي العام ضـــدهم، ومن هنا يأتي إنكار حق المعرفة المتمثل في حق الوصول للمعلومات والـــرقابة الصريحة أو المقنعة، ومحاولات التضليل المتعمدة من قبل المتحدثين الرسميين.

والإعلاميون في بلدان كثيرة ليسوا أحراراً في قول الحقيقة، على الرغم من المـــبادئ الطـــنانة التي تزخر بها القوانين والدساتير، فعلى سبيل المثال: تطبق الأحكـــام العرفية في بلدان كثيرة في أمريكا اللاتينية كانت ديموقراطية من قبل، كما أن الرقابة السابقة على النشر أو الإذاعة أو بعدها مازالت مطبقة في العديد من بلدان إفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية.

والعديد من الإعلاميين يتعرضون للمضايقات والتهديد، بل والإيذاء، في عديد مـــن الـــبلدان، ويواجه الإعلاميون- الذين يعتبرون عادة شهوداً يسببون الحرج ويـــصبحون بالتالي هدفاً مفضلاً للهجمات- خطراً جسمانياً في الحروب المعلنة وغيـــر المعلـــنة وفي الحروب الأهلية، بل وعندما يغطون الاجتماعات العامة والمظاهرات العامة التي تقمعها قوات القائمين على السلطة.

ويتعـــرض المراسلون العاملون في بلدان أجنبية لخطر الإجراءات الانتقامية إذا مـــا هاجمـــوا الحكـــومات القمعية، بالإضافة إلى تعرضهم لأن يتخلى عنهم

رؤساء التحرير أو رؤساء الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، أو أصحابها المتلهفون على الإبقاء على مراسليهم في تلك البلدان.

وقد ثار منذ زمن طويل السؤال عما إذا كان الإعلاميون في حاجة إلى ضمانات خاصة أو حماية خاصة تكفل لهم القدرة على القيام بعملهم؟

وترجع أول مبادرة تستهدف إيجاد نوع من الحماية للإعلاميين إلى إصدار الإعلان الدولي لحقوق الإنسان، وقد قدمت اقتراحات كثيرة لوضع إجراءات دولية لتوفير مثل هذه الحماية، ولا يزال نص الاتفاقية التي أعدتها الأمم المتحدة فيما يتعلق بحماية الإعلاميين الذين يضطلعون بمهام خطرة، مجرد مشروع ليس إلا، والأمر نفسه ينطبق على الاتفاقية التي أعدها المجلس الأوروبي بشأن المراسلين الأجانب، ومع ذلك ففي البروتوكول الإضافي لاتفاقيات جنيف، بتاريخ ١٢ أغسطس ١٩٤٩، الخاصة بحماية ضحايا النزاعات الدولية المسلحة، توجد مادة خاصة بحماية الصحفيين المشتركين في مهام خطيرة تتصل بعملهم في مناطق النزاع المسلح، باعتبارهم مدنيين، وتوفير الحماية لهم على هذا الأساس.

ويمكن أن نذكر نص الإعلان الخاص بوسائل إعلام الجماهير الذي اعتمده المؤتمر العام لليونسكو، في دورته العشرين عام ١٩٧٨، والذي ينص في المادة الثانية (الفقرة الرابعة) على أنه: "لكي تتمكن وسائل الإعلام، من ممارسة أنشطتها، لابد أن يتمتع الصحفيون وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام، الذين يمارسون أنشطتهم في بلادهم وفي خارجها، بحماية تكفل لهم أفضل الظروف لممارسة مهنتهم".

ويبدو أن هناك اتفاقاً في الرأي بين مختلف منظمات الصحفيين والمذيعين والناشرين، على أنه ينبغي اعتماد التدابير الفعالة لضمان حماية أفضل للإعلاميين في ممارستهم لمهنتهم، في المواقف الخطيرة التي تنشأ عند المنازعات المسلحة الدولية أو غير الدولية، ويمكن أن يتحقق هذا من خلال

تعـــديل ملائم في البروتوكولات الإضافية لاتفاقيات جنيف. ومع ذلك فقد أبديت تحفظـــات علـــى نطاق واسع بشأن مدى ملائمة وضع نظام عام للحماية، وهي ترتكـــز علـــى أساس مبدأ أنه لا يجوز للإعلاميين أن يبحثوا عن امتيازات أو مـــزايا ترتب لهم وضعاً فريداً، وأن ضمان حقوق الإنسان للبشر كافة هو خير ضمان لحرية الإعلام، وبعبارة أخرى فإن الحماية سوف تتوافر حقاً للإعلاميين عندما يكون هناك اعتراف كامل بحقوق الجميع.

إن الإعـــلام الديموقراطـــي يفترض وجود حق للمواطنين في الحصول على المعلومات التي في حيازة الدولة، وأصبح احترام الحكومات لهذا الحق عنصراً مـــن عناصر قياس الديموقراطية في الدول ولكن هناك حالات غير قليلة تتطلب فيها اعتبارات صيانة الأمن القومي أن يكون نشر وإذاعة المعلومات مقيداً لفترة مـــن الزمن بصفة مطلقة، ومع الاعتراف بوجاهة هذه الاعتبارات، إلا أن هناك تـــياراً كبيراً في العديد من المجتمعات الديموقراطية يرى أن الاستثناء الخاص بـــالأمن القومي يمكن أن يساء استغلاله من جانب بعض الحكومات التي تسعى إلـــى تقيـــيد حقـــوق مواطنيها. ومن الإسهامات الدولية المهمة في هذا الشأن: المؤتمـــر الذي عقده خبراء القانون الدولي والأمن القومي وحقوق الإنسان تحت رعايـــة الأمم المتحدة، في مدينة جوهانسبرج في أكتوبر عام ١٩٩٥، وأصدروا بـــياناً ســـمى بمبادئ جوهانسبرج الخاصة بالأمن القومي وحرية التعبير وحق الحصول على المعلومات.

ويؤكد البيان أن أخطر الانتهاكات لحقوق الإنسان والحريات الأساسية، تقوم الحكـــومات بتبريرها على أساس ضرورتها لحماية الأمن القومي، وحتى يتمكن الشعب من مراقبة سلوك حكومته والمشاركة بشكل كامل في مجتمع ديمقراطي، لابـــد أن يكون له حق الحصول على المعلومات التي تحتفظ بها الحكومة، ومع التـــصميم علـــى تشجيع اعتراف واضح وصريح بالنطاق المحدود للقيود التي

تفـرض علـى حرية التعبير وحرية المعلومات لمصلحة الأمن القومي، وكذلك عـدم تـشجيع الحكومات على استخدام ذريعة الأمن القومي لفرض قيود غير مبررة على ممارسة هذه الحريات، واعترافاً بالحاجة إلى الحماية القانونية لتلك الحـريات عـن طريق إصدار قوانين دقيقة ومحددة تضمن المتطلبات الأساسية لحكـم القانون، ومع إعادة التذكير بالحاجة إلى الحماية القضائية لتلك الحريات مـن جانب محاكم مستقلة، والتوازن بين حقوق المواطن والدولة، تكون القاعدة العامـة هـي: أن "لكـل فرد الحق في الحصول على المعلومات من السلطات العامة، بما في ذلك المعلومات المتصلة بالأمن القومي، ولا يجب فرض أي قيد علـى هذا الحق على أساس الأمن القومي، إلا إذا تمكنت الحكومة من إثبات أن القانـون ينص على هذا القيد، وأنه من الضروري في مجتمع ديمقراطي حماية المـصالح المشروعة للأمن القومي". وفي جميع الأحوال، فمازال الأمر يقتضي وضع معيار واضح لمفهوم الأمن القومي، وتحديد ما لا يجب المساس به بالنشر أو الإذاعة أو بأي وسيلة إعلامية.

و يـتعارض حـق المواطن في الحصول على المعلومات مع حق الدولة في تنظيم تداول هذه المعلومات، وهو ما يتراوح بين الحرية وبين المنع المطلق لهذه المعلومات، والذي يصبح حينئذ قيداً يصادر حق الجماهير في المعرفة.

وفـي ضوء قيم وأمن المجتمع تختلف ضوابط الدول تجاه تدفق المعلومات. وتمـنح الاتفاقـية الدولية للحقوق المدنية والسياسية، التي صدرت عام ١٩٦٦، دول العـالم الحق في حماية الأمن القومي أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاق، بما يكفل سيادة الدول على تدفق المعلومات.

وقـد أثيـرت في الولايات المتحدة الأمريكية مسألة التوازن بين حماية حق الصحافة في الحصول على المعلومات، وبين حق المتهم في محاكمة عادلة، مما يـصل إلـى حد صدور قرارات قضائية تحظر نشر أي معلومات بشأن بعض

المحاكمات، وإضافة إلى ذلك، فإن ما فرضته الولايات المتحدة من حظر للمعلومات أثناء حرب تحرير الكويت، ثم أثناء غزو العراق، أدى إلى التحكم في تدفق المعلومات وتحديد نوعيتها، من خلال مراجعتها وفحصها قبل السماح بنشرها في وسائل الإعلام. وقد أسهم التحالف غير المعلن بين الحكومة الأمريكية وبين وسائل الإعلام، أثناء غزو العراق، إلى فرض نوع من الرقابة الذاتية أدت إلى تضليل الرأي العام، وحجب المعلومات عن الجمهور.

وفي بريطانيا يتم تدفق المعلومات من خلال مصدرين هما: المكتب المركزي للإعلام، وإدارات العلاقات العامة بالهيئات المختلفة، وتنظم القوانين البريطانية سرية وثائق الدولة والفترة الزمنية التي يحظر خلالها نشرها، طبقاً لأهمية الوثيقة ونوعيتها، أما في السويد، فإن القانون ينظم حرية إطلاع المواطنين على الوثائق، عدا ما يمس الأمن القومي والسياسية الخارجية والتحقيقات الجنائية والحياة الخاصة للمواطنين، ويعطي القانون للمواطن الحق في إقامة الدعوى أمام المحاكم للنظر في مدى ضرورة حجب أي من هذه الوثائق(٨).

إن ديموقراطية الإعلام لا تتحقق إذاً بدون الاعتراف بحق الإعلاميين في السعي وراء المعلومات ونشرها وإذاعتها والتعليق عليها بحرية، وكذلك حقهم في الوصول إلى مصادر المعلومات سواء كانت هذه المصادر رسمية أو غير رسمية، وهذا يتطلب التزام أولئك الذين يقدمون المعلومات لوسائل الإعلام بذكر الحقيقة دونما تحريف.

وحرية تدفق المعلومات أمر لا يخص الإعلاميين وحدهم، بل يرتبط أكثر بحقوق المواطنين من قراء ومستمعين ومشاهدين، ذلك أنه حين تتمتع وسائل الإعلام بالقدر المناسب من الديموقراطية وتقبل يتحمل المسئولية المترتبة على ذلك، تكون النتيجة ارتفاع مستوى الوعي بين المواطنين بما يدعم من مشاركتهم في الحوار والمناقشة لمختلف القضايا المثارة في المجتمع.

لــذلك فــإن توســيع مساحة الديموقراطية الإعلامية يتطلب اتخاذ عدد من الخطــوات الجوهــرية ومــنها: إعادة النظر في القوانين والتشريعات واللوائح الحكومــية التــي تحــد من قدرة وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، وتوافر الضمانات الكافية لأولئك الذين يعملون في جمع المعلومات وفي نشرها وإذاعتها على المواطنين والتعليق عليها بحرية كاملة، وحماية الاستقلال المهني للإعلاميــين وعــدم الــسماح بــتهديدهم أو ترويعهم أو التأثير على قراراتهم بالتــرغيب أو الترهيب، والحد من تأثير الإعلان على الإعلام، ووضع الآليات التي تضمن استقلال وسائل الإعلام سواء في إدارتها أو تحريرها أو في تغطيتها للأحــداث، بــصرف النظــر عن كون هذه الوسائل مملوكة للأفراد أو مملوكة للدولــة، والعمــل على صيانة التعددية وضمان التنوع الإعلامي وذلك بوضع التشريعات الفعالة للحد من عمليات التركيز والاحتكار في وسائل الإعلام سواء كانت عامة أو خاصة، ووضع ضوابط الشركات متعددة الجنسية أو عبر الوطنية والتــزامها باحترام التشريعات الوطنية ومصالح المواطنين ومراعاة مشاعرهم الدينــية وقــيمهم الثقافية، ومراجعة تمويل وسائل الإعلام بما يضمن استقلالها وخاصــة تلك الوسائل التي ترتبط بعلاقات وثيقة مع المؤسسات الإعلامية عبر الوطنــية، وأخيراً فإن توسيع مساحة الديموقراطية الإعلامية يتطلب دوماً إيجاد الآلــيات المناسبة لخلق توازن بين حرية الإعلاميين ومسئولياتهم، والإعلاميون مثلهم مثل غيرهم من المواطنين ينبغي أن يحذروا من ممارسة حريتهم بطريقة تنــتهك حــريات الآخرين، أن اقتحام خصوصية المواطنين والاتهام بغير دليل، والعــنف غيــر المبرر في البرامج والمسلسلات التليفزيونية والإباحية والصور والأصــوات والكلمات غير اللائقة والتي تؤذي مشاعر المواطنين تعوق تطور الديموقــراطية الإعلامية، لذلك من الضروري العمل باستمرار على تبين الخط الــذي يفــصل بــين الحرية والتجاوزات غير المقبولة، وأن توجد التشريعات والتقاليد المهنية التي تربط الحرية بالمسئولية، وهناك مجالات يتعين فيها فرض

قدر معقول من الضوابط، لا القيود، وأن توضع تلك الضوابط في إطار قانوني وأن تخضع لمراجعة القضاء، وأن تكون متقفة مع مبادئ وأسس الديموقراطية الإعلامية(٩).

وفي مصر فإن حرية المعلومات تقررها العديد من التشريعات حيث يؤكد الدستور في مادته رقم ٢١٠ على حق الصحفيين في الحصول على الأنباء والمعلومات طبقاً للأوضاع التي يحددها القانون، وأعطت المادة الثامنة من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، بشأن تنظيم الصحافة، الحق للصحفي في الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار المباح نشرها طبقاً للقانون، من مصادرها، سواء كانت هذه المصادر جهة حكومية أو عامة، كما أعطت للصحفي حق نشر ما يحصل عليه من هذه المعلومات والأخبار والإحصاءات.

ونظم القانون المشار إليه تسهيل الحصول على المعلومات، في المادة نفسها، بالنص على إنشاء مكتب للاتصال الصحفي في كل وزارة أو هيئة عامة بقرار من الجهة المختصة، إلا أن القانون لم يشر إلى ما يمكن إتباعه في حالة الامتناع عن منح المعلومات للصحفي، أو عدم التزام الجهة المختصة بإنشاء آلية لبث المعلومات، فضلاً عن أن بعض هذه الجهات قد تمثل قيداً كمصدر وحيد للمعلومات، مما يحول دون متابعة الصحفي للحدث.

وحظر قانون الصحافة في مادته التاسعة فرض أية قيود تعوق حرية تدفق المعلومات، أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف في الحصول على المعلومات، أو يكون من شأنها تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة. وذلك كله دون إخلال بتحقيق الأمن القومي والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا، وهو ما يمثل إشارة واضحة لعدم تميز الصحف القومية عن غيرها في الحصول على المعلومات، وخاصة في إطار التعددية التي أصبحت تتميز بها الصحافة المصرية، سواء كانت قومية أو حزبية أو عامة أو خاصة أو محلية، أو ذات ترخيص أمني.

كــذلك أعطــت المادة رقم ١٠ من قانون الصحافة الحق للصحفي في تلقي الإجابة على ما يستفسر عنه من معلومات وإحصاءات وأخبار، وذلك ما لم تكن هــذه المعلومات والإحصاءات والأخبار سرية بطبيعتها أو طبقاً للقانون. إلا أن هــذه المــادة لــم تحدد طبيعة الحماية التي يجب أن تتوافر للصحفي في حالة الامتناع عن إعطائه الإجابة عن استفساراته.

وأكــدت المــادة رقــم ١١ مــن قانون الصحافة حق الصحفي في حضور المؤتمــرات والجلسات والاجتماعات العامة، لكنها لم تشر إلى حقه في التواجد فــي مواقــع الأحداث، مما يؤدي إلى تفسيرات مخالفة لحرية تدفق المعلومات خلال الممارسة الصحفية على أرض الواقع.

وأجازت المادة ١٩٠ من قانون العقوبات للمحاكم حق حظر نشر المرافعات القــضائية فــي سبيل المحافظة على النظام العام أو الآداب العامة، ومعاقبة من يخالف ذلك، وكذلك معاقبة من ينشر المداولات السرية للمحاكم (مادة ١٩١ من نفس القانون).

وتنص المادة ١٩٣ من قانون العقوبات على عقوبة كل من نشر:

- أخباراً حظرت سلطات التحقيق إذاعتها مراعاة للنظام العام والآداب.
- أخبار التحقيقات أو المرافعات في دعاوى الطلاق أو التفريق أو الزنا.
- كمــا تحظــر المــادة ٢٣ من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، بشأن تنظيم الــصحافة، نشر ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة، أو بما يؤثر على مراكــز مــن يتناولهم التحقيق أو المحاكمة. وتلزم الصحيفة بنشر قرارات النــيابة العامــة، ومــنطوق الأحكام التي تصدر في القضايا التي تتناولها الــصحيفة بالنــشر أثناء التحقيق أو المحاكمة، ونشر موجز كاف للأسباب التــي تقــام عليها، ذلك كله إذا صدر القرار بالحفظ أو بأنه لا وجه لإقامة الدعوى، أو صدور الحكم بالبراءة.

- كما تحظر المادة ٢١ من قانون الصحافة، على الصحفي أو غيره، التعرض للحياة الخاصة للمواطنين، كما لا يجوز أن يتناول مسلك المشتغل بالعمل العام، أو الشخص ذي الصفة النيابية العامة، أو المكلف بخدمة عامة، إلا إذا كان التناول وثيق الصلة بأعمالهم ومستهدفاً المصلحة العامة. وهذه المادة تثير قضية الفصل بين جواز النشر عن الحياة الخاصة، التي يمكن أن تؤثر في العمل العام، وما لا يجوز نشره، إلا أن آداب المهنة وميثاق الشرف يمكن لكل منها تنظيم هذه الإشكالية.

- وتحدد المادة ٨٥ من قانون العقوبات المعلومات التي تعتبر سراً من أسرار الدفاع، والتي يحظر نشرها، ومنها المعلومات الحربية والسياسية والدبلوماسية والاقتصادية والصناعية التي يجب أن تبقى سراً، مراعاة لمصلحة الدفاع عن البلاد.

- وينظم القانون رقم ١٢١ لسنة ١٩٧٥ وتعديلاته أسلوب نشر الوثائق الرسمية للدولة واستعمالها، ويحظر نشرها إلا بتصريح خاص من مجلس الوزراء.

- كما حظر قرار رئيس الجمهورية رقم ٧٤٢ لسنة ١٩٧٩ تداول هذه الوثائق أو الاطلاع عليها إلا لمن تستوجب طبيعة عمله ذلك، وحدد القرار الحظر بثلاثين عاماً، كحد أدنى، يمكن النظر في مدها لمدة لا تتجاوز عشرين عاماً، حسب نوعية الوثائق، طبقاً للجنة حدد القرار تشكيلها.

- كما حظر القرار رقم ٢٢ لسنة ١٩٨٣ نشر المعلومات التي لها صفة السرية الخاصة بالبيانات العليا للدولة أو الأمن القومي، إلا بتصريح من مجلس الوزراء.

- كما يحظر قانون العاملين المدنيين بالدولة، رقم ٤٧ لسنة ١٩٧٨، على أي من العاملين التصريح بأعمال الوظيفة إلى الصحف، إلا إذا كان مصرحاً له

بذلك من الرئيس المختص. ويثير هذا القانون إشكالية العلاقة بين الشفافية في المعلومات وبين حق الجهات المختصة في الحفاظ على معلوماتها.

- ويحظر القرار الجمهوري رقم ٢٩١٥ لسنة ١٩٦٤- الذي أنشئ بموجبه الجهاز المركزي للتعبئة العامة للإحصاء- النشر بأي وسيلة نتائج أو بيانات أو معلومات إحصائية إلا من واقع إحصاءات الجهاز، وهو ما يعني ضرورة موافقة الجهاز على نشر بياناته. وفي حالة عدم وجود بيانات تتصل بموضوع محدد، فلا مفر من الحصول مسبقاً على موافقة الجهاز على إجراء بيان أو إحصاء بشأن هذا الموضوع.

ويلاحظ أن في مصر اتجاهين على درجة من التعارض فيما يتعلق بالتدفق الحر للمعلومات: الأول يوضح أن لدينا من القوانين ما يتيح للصحفي حرية الحصول على المعلومات. والاتجاه الثاني يرى أن هناك من الإجراءات والمعوقات ما يعطل هذه القوانين، فالمادة ٨ من قانون تنظيم الصحافة، رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، تنص على أن للصحفي حق الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار، المباح نشرها طبقاً للقانون، من مصادرها، سواء كانت هذه المصادر حكومية أو عامة، كما يكون للصحفي حق نشر ما يتحصل عليه منها.

ورغم إيجابية هذا النص القانوني، إلا أن عبارة "المباح نشرها طبقاً للقانون"، التي تضمنتها المادة، تعني أن كفالة حق الصحفيين في الحصول على المعلومات تقتصر على تلك المعلومات المباح نشرها، وذلك دون تحديد لنوعية هذه المعلومات، وهو ما قد يعني فرض السرية على أنواع المعلومات دون أي قيود.

وفي المادة ٩ من القانون نفسه يحظر فرض أية قيود تعوق حرية تدفق المعلومات، أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف في الحصول على المعلومات، أو يكون من شأنها تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة، وذلك

كلـــه دون إخلال بمقتضيات الأمن القومي والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا. ويعنـــي هـــذا الـــنص أن أي تقيـــيد لحرية تدفق المعلومات قد أصبح محظوراً بمقتضى هذه المادة، وأن تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة أصبح غير مشروع من الناحية القانونية، وذلك فيما عدا ثلاثة مجالات حددها المشروع على سبيل الحصر وهي: الأمن القومي، والدفاع عن الوطن، ومصالح الوطن العليا. لكـــن يلاحظ أن المصطلحات المستخدمة في تحديد المجالات التي يجوز فرض القيود عليها واسعة وفضفاضة، وبحيث يمكن أن تتيح فرض السرية على الكثير مـــن أنـــواع المعلومات بحجة أنها تتعلق بالأمن القومي، أو الدفاع عن الوطن ومصالحه العليا.

وتعطـــي المـــادة ١٠ من القانون ذاته الحق للصحفي في تلقي الإجابات عما يستفسر عنه من معلومات وإحصاءات وأخبار، وذلك ما لم تكن هذه المعلومات أو الإحـــصاءات أو الأخبار سرية بطبيعتها، أو طبقاً للقانون، وبرغم ما تمنحه هذه المادة للصحفي من حق، إلا أنها تبيح فرض السرية على أنواع غير محددة مـــن المعلومات، لم يحاول المشرع تحديدها إلا بكونها سرية بطبيعتها، أو طبقاً للقانون.

من خلال هذا التناقض، أو المنح والمنع، الذي يظهر من خلال القانون الذي يـــنظم الـــصحافة، تظهر إشكالية اضطرار الصحفي إلى اللجوء للخبر المجهل كـــنوع من الالتفاف حول القانون، وممارسة حقه في الحصول على المعلومات، والـــذي يفـــتح الـــباب أمام إشكاليات أخرى تتعلق بمصداقية الصحف، وتردي مـــستوى الأداء المهني، والتنافس على مجاراة رغبات القراء. ومن المناسب أن تكون هناك مدة محددة لإفادة الإعلامي بالمعلومة التي يطلب الحصول عليها من أية جهة.

لـــذلك فمن الضروري وضع التشريعات التي تكفل لوسائل الإعلام الوصول

إلـــى المعلـــومات والحـــصول عليها من مصادرها الأصلية، وأن تتضمن هذه التـــشريعات محاســـبة المـــسئولين عـــن حجب المعلومات عن وسائل الإعلام، ومطالبة الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية بإيجاد الآليات التي تساعد على تدفـــق المعلومات بدقة وموضوعية، مثل تخصيص متحدث رسمي أو إعلامي (وقـــد قامت رئاسة الجمهورية ورئاسة الوزراء بتخصيص متحدث صحفي لكل منهما، وحبذا لو عمم الأمر على كافة الوزارات والهيئات الحكومية المهمة)، أو تنظـــيم مؤتمرات صحفية دورية ومنتظمة أسبوعياً أو شهرياً لكبار المسئولين، وتحديـــد إجراءات قانونية تسمح للإعلاميين بالاطلاع على الوثائق والمستندات والاتفاقيات الحكومية والأهلية، بما لا يمس الأمن القومي أو المصالح العامة.

[٣]

معوقات ديموقراطية الإعلام

توجد العديد من الظواهر التي تشكل خطراً كبيراً على ديموقراطية الإعلام، وتمـــثل معـــوقات أساسية تحول دون تطور الممارسة الديموقراطية في وسائل الإعلام، ومن أبرزها ثلاثة ظواهر وهي:

أولاً: الخلط بين الإعلان والإعلام:

من الظواهر التي تشكل خطراً كبيراً على ديموقراطية الإعلام ذلك الخلط بين الإعـــلان والإعـــلام، وهـــذا بفعـــل رغبة وسائل الإعلام في تحقيق الإيرادات الإعلانية وزيادة معدلات الربحية، ولا تختلف وسائل الإعلام العامة عن وسائل الإعلام الحزبية والخاصة في هذا الأمر(١٠).

فـــي الـــصحافة يتمثل الخلط بين الإعلان والإعلام في التداخل بين الإعلان التحريري وبين المواد الصحفية التحريرية، حيث يأخذ الإعلان أشكالاً تحريرية صحفية، كالخبر أو التحقيق أو الحديث الصحفي، أو المقال أو العمود أو التقرير الـــصحفي، فـــي حـــين أنه إعلان مدفوع الأجر، والأمر نفسه تقريباً يحدث في برامج الراديو والتليفزيون(١١). والمهم أنه في كافة الحالات التي يتم فيها الخلط بين الإعلان والإعلام، لا تحدد الوسيلة الإعلامية بشكل واضح لجمهورها طبيعة المـــادة الإعلامية المذاعة أو المنشورة، وهل هي مادة إعلانية أو مادة إعلامية؟ وفي أغلب الأحيان تتعمد ذلك في محاولة لإيهام القارئ أو المستمع أو المشاهد

أنـــه يتلقى مادة إعلامية غير مدفوعة الأجر، حتى تتحقق لها المصداقية والتأثير المطلوب، بل يحدث في حالات كثيرة أن يصر المعلن نفسه على ن يقدم إعلانه بشكل إعلامي يخفي طبيعته الإعلانية(١٢).

وهذا الخلط تحظره كافة القوانين والأعراف الإعلامية في الدول التي تحترم حق مواطنيها في المعرفة، فهذا الخلط يعتبر نوعاً من الغش والابتزاز للجمهور الذي يتلقى المعلومات منسوبة إلى الوسيلة الإعلامية، في حين أنها تنتمي بالفعل إلـــى معلـــن يـــروج عن فكرة أو سلعة، وهو ما يؤدي إلى خداع الجمهور(١٣). وهـــناك العديد من الأمثلة الصارخة على ذلك في مصر، ومنها: ترويج وسائل الإعـــلام جمـــيعها، صحافة وإذاعة وتليفزيون، لشركات توظيف الأموال التي بـــددت ثـــروات أعداد غير قليلة من المواطنين في الثمانينات، وتكرر ذلك مع شركات بيع الأراضي والمساكن وغيرها.

ومن المهم الاعتراف بأن القانون ٩٦ لعام ١٩٩٦ بشأن سلطة الصحافة في مصر وكذلك ميثاق الشرف الصحفي، وميثاق الشرف الإذاعي والتليفزيوني، قد حرصـــت جمـــيعاً علـــى ضرورة التمييز بين الإعلام والإعلان، وذلك بوضع الإعلانـــات داخل إطار مستقل بشكل منفصل عن المواد الإعلامية، وهو الأمر الـــذي لا تـــزال الـــصحف تتجاهله بدرجة كبيرة. وفي الوقت ذاته فإن البرامج الإعلانـــية التـــي يكفلها المعلنون، تزداد نسبتها في الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية العامة والخاصة.

ثانياً: الأخبار المجهلة:

إن ديموقـــراطية الإعلام تتناقض تماماً مع الأخبار المجهلة، وبرغم ذلك فقد تـــزايد نمو ظاهرة الأخبار المجهلة في وسائل الإعلام وخاصة في المجتمعات النامـــية، ويقـــصد بالخبر المجهل: "الخبر الذي ينشر أو يذاع برغم عدم اكتمال بعـــض عناصـــره الأساســـية: من أسماء أو أزمنة أو أمكنة أو أقوال أو أفعال،

ويكون إخفاء هذه العناصر بقصد الإثارة أو تحقيق منفعة أو الإساءة للغير، كذلك فهو يتسم بالتعميم وعدم الدقة". وقد يقصد من وراء تجهيل الخبر، أحياناً، الطعن في أعراض الناس وشرف الأسر(١٤).

وقـد عرفت الصحافة العربية ظاهرة الأخبار المجهلة في الفترة التي أعقبت الحـرب العالمـية الأولـى، وقد تطورت الظاهرة في مصر في نهاية الحرب العالمية الثانية، ورواج الصحافة الشعبية، ولكن سرعان ما انحسرت الظاهرة في الخمـسينات والستينات، في ظل التوجه الاشتراكي للدولة. ثم عادة الظاهرة مع عودة الصحافة الحزبية في النصف الثاني من السبعينات، ثم تضخمت مع ظهور الـصحافة الخاصة في نهاية التسعينات، وغالباً ما تؤخذ الظاهرة شكل الأبواب الثابـتة فـي الـصحف التي تسعى لتعقب المسئولين والشخصيات العامة، من الـسياسيين ونجـوم المجـتمع والفنانين والرياضيين، بما يمكن تسميته بأخبار (النمـيمة)، وهـي أخبار لا تقوم في الغالب على وقائع حقيقية، ثم يتم بعد ذلك إلباسـها أشـكالاً مثيرة تجذب القراء وتداعب غرائزهم. وقد وصل عدد أبواب النميمة في الصحف الحزبية، والتي تقوم على نشر الأخبار المجهلة، حوالي ٢٤ بابـاً فـي الوقت الحالي، في حين بلغ عددها في الصحف الخاصة، والصحف الـصادرة بتراخيص أجنبية، ٢٥ باباً، ولم تخلُ الصحف القومية من الظاهرة، حيث خصصت ١٤ باباً ثابتاً للأخبار المجهلة.

والمحـصلة النهائـية تـصل إلى حوالي ٨٨ باباً ثابتاً للأخبار المجهلة في الـصحافة المـصرية، حيث أصبحت الأخبار المجهلة تشكل نصف الملاحظات الواردة في التقارير التي يعدها المجلس الأعلى للصحافة عن الممارسة الصحفية بالصحف المصرية بشكل دوري(١٥).

وبرغم إدراكنا للصعوبات التي تواجه حرية تداول المعلومات، فإنها يجب ألا تدفـع الإعلامـي إلى تجهيل الأخبار التي ينشرها أو يذيعها، سواء بدافع السبق الصحفي أو طلباً للحماية من المسائلة القانونية.

ثالثاً: حبس الصحفيين:

لا يمكن الحديث عن ديموقراطية الإعلام دون مناقشة قضية طبيعة العقوبات والجـزاءات التي توقع على الإعلاميين مقابل ما يقعون فيه من تجاوزات أثناء ممارسـتهم لمهنـتهم الإعلامـية، وهـي القضية التي اشتهرت بقضية (حبس الـصحفيين)، فـي حـين أنها تتعلق بالإعلاميين جميعاً سواء كانوا يعملون في الـصحافة أو الإذاعـة أو التليفزيون أو القنوات الفضائية أو غيرها من وسائل الإعـلام التقليدية أو الحديثة. ومن المهم في بادئ الأمر أن تؤكد على حقيقتين على درجة كبيرة من الأهمية، **الأولى**: أن المجتمعات الديموقراطية تحرم توقيع أي عقـوبات إدارية على وسائل الإعلام أو الإعلاميين، فالقضاء وحده المسئول عن محاسبتهم(١٦).

والحقـيقة الثانـية: أن المجتمعات الديموقراطية تحرم مصادرة أو غلق أي وسيلة من وسائل الإعلام، سواء عن طريق السلطات الإدارية أو القضاء، وذلك باعتـبار أن إصدار وسائل الإعلام حق طبيعي للمواطنين تماماً كالماء والهواء وليس لأي سلطة في المجتمع أن تحرم الإنسان من حقوقه الطبيعية(١٧). يضاف إلـى ذلـك أن التجاوز إذا حدث فإنه يكون مسئولية الشخص الذي مارس هذا الـتجاوز(١٨)، وعلـى سبيل المثال إذا صدمت سيارة شخصاً ما في الطريق فلا يقبض على السيارة أو تقدم للمحاكمة وإنما يحاكم من كان يقودها.

إن فهـم قضية حبس الإعلاميين يرتبط بالاتجاه العالمي، وخاصة في الدول المـتقدمة، بتفـضيل اللجـوء إلى التعويضات المالية بدلاً من العقوبات السالبة للحـرية مـثل الحبس أو السجن في قضايا الرأي التي تتم عن طريق الصحف وبقية وسائل الإعلام، وهو اتجاه يقوم على أساس أن التعويضات المالية وخاصة إذا كانـت مـرتفعة كافية لردع المخالفين، في حين أن العقوبات السالبة للحرية كالحـبس أو الـسجن لا تكـون سـوى في الجرائم التي يخشى فيها على حياة المواطنين أو أموالهم.

إن الحـــبس أو الـــسجن فـــي قضايا الرأي قد لا يحقق الغرض الذي وضعه المـــشرع من أجله، حيث يسعى البعض إليه طواعية بحثاً عن الشهرة أو ادعاءاً للـــبطولة، أو إعلاءاً للقدر أو المكانة، وفي حالات غير قليلة فإن تجارب الحبس أو السجن أصبحت مصدراً للتفاخر وتوضع بين بنود السير الشخصية.

إن حـــبس الإعلاميـــين لا يفـــيد في زجر من يتجاوز منهم فضلاً عن كونه يـــستخدم كذريعـــة للإساءة إلى صورة الدولة على المستوى المحلي والإقليمي والعالمـــي، والحـــل المناســـب والـــذي يتمـــشى مع تجارب الدول العريقة في الديموقـــراطية الإعلامية، هو تغليظ التعويضات المالية إلى الحد الذي يردع كل متجاوز، وفي ذات الوقت يتناسب مع دخول المواطنين.

هوامش الفصل الثاني

(1) Mohammedi. Ali: International Communication and Globalization. SAGE publications. London. New Delhi- 2005, p.p. 9-11.

(٢) ماكبــرايد. شــون: الاتصال والمجتمع- اليونسكو ١٩٨١- صـــ١٢٥، ٣٥٦.

(3) Meyer. Thomas: Media Democracy MPG Books. Creat Britain. 2002. p.p. 118- 122.

(4) Street. John: Mass Media, Politics and Democracy palgrave. London. 2002, p.p, 250- 253.

(5) Wheelers. Mark: Policitcs and the Mass Media. Blackwell publishers. London, New York. 2006. p.p, 217- 219.

(6) Starkey. Guy: Balance and Bias in Journalism. Representation, Regulation and Democracy. Palgrave. London, 2006, p.p, 46- 48.

(7) Williams. Kevin: Understanding Media Theory. Oxford University press. London. 2003. p. p, 96- 98.

(8) Watson. James: Media Communication. Macmillan Press. London, New York, third editions. 2004. p. p, 66- 69.

(9) Boyle. Kaymond: media culture and society. Volume 23- 2001, p.p, 7-9.

(10) Patterson. Philip and Wilkins. Lee: Media Ethcs, Issues and cases. Brown publishers U. S. A. 1998. p. p, 140- 142.

(11) Kotler. Philip and A Armstrong. Gary: principles of marketing. Pearson prentice Hall. New Jersey. 2006. p. 277.

(12) Russell. J. Thomas and Lane. W. Ronald: Advertising Procedure. Prentice Hall. New Jersey. 2008. p. p, 160- 163.

(13) Parente. Donald: Advertising Campaign strategy. Second Edition. The Dryden press. United State of America. 2001- p. p, 224- 227.

(14) Lowery. Wilson: Commitment to Newspaper- T.V Partnering- journalism of Mass Communication Quarterly- Autumn, 2005 U.S.A. p. p, 500- 503.

(١٥) لجنة تقارير الممارسة الصحفية: الأخبار المجهلة في الصحافة المصرية المجلس الأعلى للصحافة- القاهرة- ١١/٧/٢٠٠٤م.

(16) Marken. Lise: The Real and the right and Mass communication Quarterly U. S. A. Summer 2007. p. p, 265- 280.

(17) Kim- Kihan and Mclombs. Maxwell: News story Description and the public's Opinion of political candidates. Jounalism and Mass communication Quarterly, U. S. A Summer 2007. p.p, 299- 314.

(18) Stempel. Carl, Haryrave. Thomas and stempel. Guido: Media Use. Journalism and Mass Communication Quarterly U. S. A. Summer 2007, p. p, 353- 372.

الفصل الثالث

الإعلام وديموقراطية الثقافة

[١]

العلاقة بين الإعلام والثقافة

رغـــم الدور البارز الذي لعبته وسائل الإعلام في خدمة الثقافة عبر مراحل الـــتاريخ المختلفة، إلا أنها كثيرا ما عانت من سوء فهم المثقفين لدورها أو عدم تقديـــرهم لهـــذا الدور، ولعله يكاد إن يكون قانوناً ثابتاً، أن يستقبل المثقفون كل وسيلة جديدة من وسائل الإعلام بقدر غير قليل من الشك والاستعلاء وعدم الثقة، ثـــم ســـرعان ما يتأقلمون مع تلك الوسيلة الجديدة عندما يدركون قدر ما تحققه للثقافة من خدمات جليلة.

وفـــي بدايـــة ظهـــور الصحافة في غرب أوربا خلال القرنين السابع عشر والـــثامن عشر، قوبلت بنظرة تنم عن الخوف وعدم الاحترام من جانب النخبة المـــثقفة، وقـــد بلـــغ الأمر حدا دفع الفيلسوف الفرنسي "جاك روسو" إلى القول الـــصحيفة لبست سوي نشرة عابره لا فضل لها ولا إفادة فيها، ولا تفيد قراءتها المهملـــة والمختـــصرة من قبل الرجال المثقفين إلا في إعطاء النساء والأغبياء غروراً فوق غرورهم"، كذلك فقد أشار المفكر الفرنسي دبدرو في موسوعته إلي الـــصحف باعتـــبارها "هذه الأوراق جميعها غذاء الجهلة ومورد الذين يريدون الـــتحدث والحكـــم بـــدون قراءة، ولم يكن غريبا أن أغلب الفلاسفة والمفكرين الفرنـــسيين الـــذين وجـــدوا فـــي الفترة التي سبقت الثورة الفرنسية مثل فولتير ومنتسكيو ودبدرو لم يكتبوا قط في الصحف التي كانت تصدر في عصرهم، وقد حدث العكس تقريبا بعد الثورة وخاصة بعد أن تحولت الصحافة في فرنسا وفي

أوربا الغربية بأكملها من صحافة خبر إلي صحافة رأي، لذلك لم يكن غريباً أن يندفع عدد كبير من المثقفين الفرنسيين إلي إصدار الصحف للتعبير عن أفكارهم، فقــد أصدر ميرابو صحيفة "لوكوربيه ده يرفانس" وإصدار مارا صحيفة (لامي دوبــويل) واصدر بابيف صحيفة (له تربين دبويل) ولعل أكبر دليل علي تعاظم قدر الصحافة قول نابليون بونابرت عن صحيفة (له مونبتور) "أنها قلب حكومتي ومــصدر قوتها وهي كذلك وسيطي لدي الرأي العام في الداخل والخارج وكلمة الأم لأنصار الحكومة[١].

وقــد حدث نفسي الشيء تقريباً في بداية ظهور السينما والراديو والتليفزيون والفــيديو والقــنوات الفضائية، وقد حدث ذلك في الماضي ومازال يحدث اليوم رغم وجود ارتباط وثيق بين الإعلام والثقافة، بل يمكن أيضا أن نعتبرهما شيئاً واحداً يحدث، أو علي الأقل وجهان لعملة واحدة، أو أن أحدهما جزء من الآخر، فــإذا انظرنا إلي الثقافة باعتبارها "مجموع انجازات الإبداع الإنساني، أو كل ما إضافة الإنسان إلي الطبيعة" وإذا نظرنا إلي الأعلام بمعني Communication ، أي الاتــصال وهــو "عملــية" تــبادل المعلومات والحقائق والآراء والأفكار والرســائل فيما بين الإفراد والجماعات لكان معني ذلك إن الاتصال هو الناقل الأساسي، بل الوحيد للثقافة!

أمــا إذا نظــرنا إلي الإعلام بمعني Information أي المنتج الإعلامي، أو مخــرجات وســائل الاتــصال بما تحتويه من معلومات وأراء وأفكار ورسائل وســائر مضامين الأنشطة والإبداعات الثقافية، لكان معني ذلك أن الإعلام جزء مــن الــثقافة، أو هو الثقافة نفسها، إن الفرد كعضو في جماعة يستقبل الرموز والمضامين الثقافية وينقلها إلي غيرة عبر نوعين من وسائل الاتصال والإعلام، الأول الاتصال والإعلام المباشر والذي يأخذ أحيانا شكل الاتصال الشخصي كما فــي اللقاءات الثنائية، ويأخذ في أحيان أخري شكل الاتصال الجمعي كما يحدث في فصول المدارس وقاعات المحاضرات بالجامعات وفي المساجد وفي الندوات والمؤتمــرات وفــي المــسرح وغيره، أما النوع الثاني فيتم عن طريق وسائل

الاتـــصال والإعلام الجماهيري كالنشرات والكتب والصحف والراديو والسينما والتليفـــزيون والفـــيديو والقـــنوات الفضائية والإنترنت وغيرها، فإذا بحثنا عن وسائل نقل المضامين الثقافية لما وجدنا سوي وسائل الاتصال والإعلام بنوعيها المباشر والجماهيري، ولا شيء غيرهما.

إن هـــذا التـــصور للعلاقة بين الثقافة والاتصال والإعلام لا يعني أن كل ما يـــنقل عبـــرهما هـــو ثقافة[٢]، وفي الوقت نفسه فمن عبر المتصور تحمل كافة الرســـائل الإعلامـــية مـــضامين ثقافية، كذلك فإن وسائل الاتصال ليست مجرد أدوات محايـــدة لـــنقل الثقافة، فهي تؤثر في هذه الثقافة وتتأثر بها، وفي حالات كثيرة فإن الوسيلة تصبح هي الرسالة، فالكيفية التي تنتقل بها ثقافة ما تؤثر في هذه الثقافة وتحدث بها تغييرات جذرية بحيث تكتسب هذه الثقافة سمات الوسيلة التـــي تنقلها[٣]، فالقصيدة الشعرية التي تلقي شفاهة تحمل كافة سمات الاتصال المباشـــر، وتكتـــسب القصيدة ذاتها سمات الاتصال الطباعى عندما تتحول إلي ديـــوان مطبوع، فإذا ما تحولت إلي قصيدة مغناه تبـــث مـــن خـــلال شاشـــة التليفـــزيون، تكتـــسب ســـمات الاتـــصال التليفزيوني الذي بجميع بين الصوت والصور المتحركة.

كـــذلك فان ظهور وسائل جديدة للاتصال يؤدي إلي ظهور ألوان جديدة من الـــثقافة لـــم تكـــن معروفة من قبل ما كان يقدر لها أن توجد بدون ظهور هذه الوســـيلة الجديدة وعلي سبيل المثال فإنه بدون وجود المطبعة ما وجدت الرواية الأدبية، وبدون الصحف ما وجدت القصة القصيرة والمقال النقدي، وبدون وجود الـــراديو والتليفـــزيون ما وجدت الدراما الإذاعية والتليفزيونية وهذا الأمر مع العديـــد من ألوان الإبداع الثقافي التي ظهرت بوجود وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية[٤].

خلاصة القول إن الثقافة تؤثر وتتأثر بالوسيلة التي تنقلها بحيث تضفي علي الوسيلة طابعها، وفي ذات الوقت تكتسب هي طابع الوسيلة التي تنقلها.

[٢]

التفسير الإعلامي للتاريخ الثقافي

أن التاريخ الثقافي للبشرية يسير في خط متواز مع التطور التاريخي لوسائل الاتصال والإعلام، فكما يوجد التفسير الاجتماعي أو الاقتصادي أو السيكولوجي للتاريخ، فهناك أيضا ما يكن إن نسميه التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ وهو تفسير يقوم علي تقسيم التطور الإنساني تبعا لمراحل تطور وسائل الاتصال والإعلام(٥)، فهناك مرحلة الاتصال الشفهي في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين والخطباء والشعراء ورواة القصص والأساطير، وتلتها مرحلة الاتصال الخطي (النقش علي الأحجار والرسم علي الجدر أن والمقابر والمعابد والقصور والكتابة علي الجلود أو الورق) ثم مرحلة الاتصال الطباعي (النشرات والكتب المطبوعة والصحف) وأخيراً مرحلة الاتصال والإعلام الالكتروني والاتصال والإعلام الشفهي والراديو والسينما والتليفزيون والفيديو والكمبيوتر وأقمار الاتصال الصناعية).

وقد ارتبطت ثقافة كل عصر بطبيعة المرحلة الإعلامية، ففي مرحلة سادت الثقافة الشفهية، وفي مرحلة الاتصال والإعلام الخطي وجدت الثقافة الخطية أو المكتوبة، وفي مرحلة الاتصال والإعلام المطبوع، سادت الثقافة المطبوعة، وفي مرحلة الاتصال والإعلام الالكتروني سادت ثقافة الصوت والصور المتحركة.

وعلى ضوء هذا التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ يتضح لنا أن الاتصال

والإعـــلام المباشـــر قد انفرد وحده بمرحلة الاتصال والإعلام الشفهي، وكذلك الحال بالنسبة للثقافة، فقد كانت شفهية وبالتالي اعتمدت على الاتصال المباشر، وقـــد استمر نفوذ الاتصال المباشر وما ارتبط به من إعلام وثقافة شفهية طوال المـــرحلة التالـــية، أي مرحلة الاتصالي الخطي، وذلك لندرة من كانوا يعرفون القـــراءة والكـــتابة فـــي تلك العصور، ولأن القراءة والكتابة لا تلغي الاتصال المباشـــر، أمـــا في المرحلتين التاليتين، أي مرحلة الاتصال الطباعي ومرحلة الاتـــصال الالكترونـــي فقـــد اعـــتمد الإعـــلام والـــثقافة على وسائل الاتصال الجماهيري، ومن ثم فقد ظهرت بالتالي الثقافة الجماهيرية، وهكذا عملت وسائل الاتـــصال الجماهيـــرية على إيجاد ثقافة جديدة لها طبيعة مغايرة للثقافة التقليدية التـــي كـــان يـــتم نقـــل أغلبها عن طريق الاتصال المباشر بنوعية الشخصي والجمعـــي، ولـــم تعـــد وســـائل الاتصال الجماهيرية تكتفي بمجرد نقل الثقافة ونشرها، بل أصبحت تقوم بانتقاء محتواها أو ابتداعه.

ومـــن المهم الانتباه أن التطور الاتصالي والإعلامي وكذلك التطور الثقافي عبر التاريخ لم يكن يتم بشكل منتظم، ففي الوقت الذي عرفت فيه بعض الشعوب الإعـــلام والـــثقافة المطـــبوعة، كانت هناك لشعوب ما تزال تقف عند المرحلة الـــشفهية أو الخطية للإعلام والثقافة، كذلك فإن تكنولوجيا الاتصال والإعلام لم تظهـــر وتنتـــشر في المراحل الثلاث الأولى الشفهية والخطية والطباعية بنفس السهولة والسرعة التي تنتشر بها في المرحلة الرابعة الالكترونية وهو ما انعكس بـــدوره علـــى الـــثقافة، ثم أنه من المهم ملاحظة أنه لا توجد حدود فاصلة بين المـــراحل التاريخـــية الأربعة التي مرت بها وسائل الاتصال ومن ثم مرت بها الثقافة، كذلك لم يكن هناك ما يمنع من أن تتداخل مرحلتان أو أكثر معاً فقد وجد الإعلام ووجدت الثقافة المخطوطة في نفس الوقت مع الإعلام والثقافة الشفهية، ولكـــن مـــن الضروري ملاحظة أن الإعلام والثقافة الخطية قد ارتبط ظهورها باكتشاف القراءة والكتابة، فالمجتمعات التي لم تعرف القراءة والكتابة لم تعرف

الإعــلام والــثقافة الخطــية، كذلك فقد ارتبط ظهور الإعلام والثقافة المطبوعة باكتــشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، وإن المجتمعات التي لم تعرف المطبعة، لم تعرف الإعلام أو الثقافة المطبوعة.

ورغــم التطور الهائل في وسائل الاتصال والإعلام في عصرنا الراهن فإن معظــم شــعوب العــالم وعلى الأخص سكان الريف في البلدان النامية مازالوا يبعثون ويستقبلون رسائل ثقافية من خلال قنوات الاتصال المباشر ومن المتوقع أن يــستمر هذا الوضع لسنوات طويلة قادمة، كذلك فمن المستحيل أن نفهم فهماً كــاملاً مزايا وحدود وسائل الاتصال الالكترونية إذا اعتبرناها عناصر مستقلة عــن قــنوات الاتصال المباشر، لأن شبكات الاتصال بشكل عام تنمو بطريقة تراكمية أو تجميعية، بحيث يضاف كل شكل جديد فيها إلى الأشكال القديمة دون أن يــؤدي إلى اختفائها، وعلى العكس فإن الاتصال المباشر يكتسب دلالة جديدة فــي مــواجهة التأثيرات اللاشخصية للتكنولوجيا الحديثة، وبالتالي مازال يمثل جــزءاً هاماً من شبكة الاتصالات سواء في الدول النامية أو الدول المتقدمة وأن نمــو وســائل الاتصال الحديثة قد يعزز في كثير من الحالات قنوات الاتصال المباشــر ويجعلها أكثر يسراً وفاعلية(٦)، وعلى سبيل المثال فإن التطور السريع فــي تكنولوجيا الاتصال الجماهيري في ميادين السينما والتليفزيون والفيديو لم يــضعف المسرح، وهو يقوم على الاتصال المباشر، بل أن المسرح استفاد في جوانب كثيرة بهذا التطور.

وعلــى ضــوء التفــسير الإعلامــي للتاريخ الثقافي فإن القراءة الاتصالية والإعلامية لآداب وفنون العصور المختلفة وخاصة العصور القديمة وجانب من العــصور الوسطى يمكن أن يضع أيدينا على حقائق مثيرة، فإن رواة القصص والأســاطير والملاحم من الشعراء والمنشدين في الحضارات القديمة إنما كانوا يقومــون جمــيعاً بمهمات اتصال وإعلام، فقد أدت الرغبة في الاحتفاظ برواية الأحــداث الكبــرى فــي التاريخ إلى وضع ملاحم وسير وقصص لو خضعت

للتحليل العلمي لما زادت عن مجموعة من القصص الصحفية الإخبارية الجيدة، لقد حرص قدماء المصريين ومن بعدهم الإغريق والرومان على تمجيد حكامهم وزعمائهم وتخليد ذكرى أبطالهم فنصبوا لهم التماثيل والهياكل والمعابد وأقاموا لتكـريمهم أعياداً واحتفالات وألفوا الملاحم والسير في الإشادة بانتصاراتهم(٧). وقـد حفظـت لنا الآثار التاريخية من هذه الملاحم، ملحمنين شعريتين تركهما شـاعر الإغـريق الكبير هو ميروس هما الإلياذة والأوديسيا(٨). واشتهرت في الحـضارة الـرومانية ملحمة "الإنياذة" لفرجيل وفيها محاكاة لإلياذة هوميروس حـيث حكـت قصة تأسيس مدينة روما، كذلك اشتهر للرومان أيضاً (المواعظ) للشاعر هوراس(٩).

ويمكـن أن نجد مقابلاً لذلك في الحضارة العربية سواء كان ذلك قبل ظهور الإسـلام أو بعـد ظهوره، فقد أنشأ العرب منذ القرن السابع الميلادي لغة أدبية مـتقدمة في ساحة الفكر، وأخذت البلاغة والشعر تحتلان مكانة عظيمة عندهم، واختـرعت عـدة أشـكال أدبية لعل أبرزها النثر المسجوع وأنواع عديدة من الأوزان، واتخـذت المـنظومات أساليب جديدة فراج قرض الشعر كثيراً، وذلك لمـدح أبطـالهم وقبائلهم وذم أعدائهم، واشتهرت لهم العديد من الملاحم والسير التـي سجلت أهم حوادثهم وطابع حياتهم، لعل أهمها عنترة بن شداد وسيف بن ذي يزن والسيرة الهلالية وألف ليلة وليلة.

ومـن المهـم أيـضاً أن نعيد تفسير العوامل التي دعت الحكام في العصور القديمـة والوسطى إلى رعاية وتشجيع الثقافة والمثقفين وخاصة الشعراء منهم، أن هـذه الرعاية لم تكن بسبب إعجاب هؤلاء الحكام بالأدب أو الفن أو الشعر فقط، وإنما لما كان يقوم به الأدب والشعر من وظائف إعلامية في خدمة الحكام.

[٣]

الإعلام الالكتروني وديموقراطية الثقافة

فـــي ظل سيادة الثقافة الشفهية في مرحلة الاتصال والإعلام المباشر، كانت الـــثقافة ذات مـــستوى واحد في كل تجمع بشري، فلم تعرف ذلك التمايز الذي تـــشهده الـــيوم بين ثقافة للنخبة وثقافة للجماهير العريضة، ولكن هذا التمايز بدأ يظهـــر بالتدريج في مرحلة الاتصال والإعلام المخطوط وما ارتبط به من ثقافة خطـــية أو مكـــتوبة، إذ اتـــسعت المسافة بين من يعرفون القراءة والكتابة وبين الجمهرة الغالبة من الأميين في أغلب المجتمعات البشرية، وبدأ يظهر في معظم الحضارات الإنسانية ذلك التمايز في الثقافة بين لغة الكتابة ولغة الحديث، وبين الفصحى والعامية أو اللهجات المحلية، وقد ازداد هذا التمايز وضوحاً في مرحلة الاتـــصال والإعـــلام الطباعـــي ثـــم أصـــبح طابع مرحلة الاتصال والإعلام الالكتروني.

ورغم هذه الثنائية الثقافية فإن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية قد لعبت دوراً هامـــاً في إضفاء طابع ديموقراطي على الثقافة، فقد نقلتها من الصفوة إلى العامـــة، إذ تشكل وسائل الإعلام الجماهيرية بالنسبة لملايين من الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الإبداعي.

وفـــي الـــوطن العربـــي بدأ التمايز بين لغة الكتابة ولغة الحديث بعد ظهور الإســـلام وتـــدوين القرآن، وبالتدريج أصبحت العربية الفصحى لغة الممارسة

الدينية والثقافية فكراً وعملاً، وظهرت تلك الثنائية التي اتسمت بها الثقافة العربية بين ثقافة روحية وثقافة مادية وبين ثقافة قومية وأخرى قطرية.

ومن الضروري أن نعترف بأن بعض ألوان الثقافة في عصر الاتصال والإعلام الجماهيري نجحت في أن تكون ثقافة قومية رغم استخدامها العاميات أو اللهجات المحلية في بعض أقطار العالم العربي، ورغم أن هذا الأمر له جانبه الإيجابي، إلا أنه يشكل في رأينا- أحد التحديات الكبرى التي تواجه العربية الفصحى في عصر الاتصال والإعلام الجماهيري، خاصة وأن اللغة هي الناقل الأساسي للحضارة وأن التقليل من مكانة اللغة يمكن أن يفقد وارثيها هويتهم، وأن السماح بأضعاف اللغة أو تلاشيها، خسارة ثقافية لا يمكن لأي أمة تعويضها(١٠).

إن اللغة يمكن بسهولة أن تدعم سيطرة الصفوة السائدة ولكنها يمكن من ناحية أخرى أن تدعم الديموقراطية الثقافية من خلال تطوير اللغة القومية بحيث تكفل التعبير عن أي فكرة في مجالات التكنولوجيا والعلوم والتربية والثقافة وتسهيل تبادل المعلومات الفنية والعلمية والثقافية بحيث لا يكون تناثر اللغات أو تعددها مشكلة، كما أوضحت ذلك التجارب التي مرت بها بلدان مثل الهند وبلجيكا، حيث ساعدت ديموقراطية الاتصال تدعيم الثقافة القومية(١١).

إذا كان لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية المطبوعة والالكترونية فضل في إضفاء الطابع الديموقراطي على الثقافة من خلال تحويلها من ثقافة للنخبة إلى ثقافة للجماهير العريضة، فإن هذا الدور يحمل في ذات الوقت بعض التأثيرات السلبية على الثقافة، فإن إدخال وسائل إعلام جديدة وخاصة التليفزيون والفضائيات في المجتمعات التقليدية كثيراً ما يؤدي إلى زعزعة عادات ترجع إلى مئات السنين والتشكيك في ممارسات حضارية كرسها الزمن، وغالباً ما يصاحب الفوائد التي تأتي بها وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ممارسات سلبية

تشيع القلق في المجتمعات المستقرة، وفي بعض الحالات قامت وسائل الاتصال والإعلام الحديثة بتشويه أنماط ثقافية كان يجب الحفاظ عليها، ومما لاشك فيه أن عملية التحديث الثقافي التي نتجت عن انتشار وسائل الاتصال والإعلام المطبوعة والالكترونية قلما تتم في كثير من المجتمعات دون أن تصاحبها بعض عوامل التمزق والاضطراب في النسيج الثقافي لهذه المجتمعات.

ومن المهم أن نعترف أن معظم السلبيات التي تصاحب وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري لا ترجع إلى طبيعة هذه الوسائل باعتبارها وسائل مطبوعة أو الكترونية، وإنما بسبب الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي صاحبت ظهور هذه الوسائل وانتشارها، فقد ظهرت هذه الوسائل في المجتمعات الغربية حيث يسود المثل الأعلى الاستهلاكي القائم على المصالح التجارية، ومن ثم فهي تركز على نقل ثقافة التسلية والترفيه أكثر مما تعرض من ألوان الثقافة الرفيعة، كما أنها تخضع للإعلان وتلبية رغبات المستهلكين، وهو الأمر الذي يؤدي في كثير من الأحيان إلى تسطيح الإنتاج الثقافي ونمطيته(١٢).

وقد أدى الخلط بين الإعلان والثقافة في وسائل الإعلام الجماهيرية إلى تشويه كثير من ألوان الإبداع الثقافي، ورغم أن الإعلان يعتبر مادة ثقافية بما يسهم به في تأصيل بعض العادات أو نبذها وبما يوجده من أنماط حياة وسلوك في مختلف المجالات سواء في المأكل أو الملبس أو المسكن، إلا أنه غالباً ما يكون أسيراً للمثل الأعلى الاستهلاكي القائم على المصالح التجارية.

لقد غلب على مرحلتي الاتصال الشفهي والخطي في التاريخ طابع الثقافة المحلية، وإن كان هذا لا ينفي أنه حدث في معظم فترات العصور القديمة والوسطى اتصال ثقافي بين الشعوب سواء عن طريق الهجرات أو الغزوات أو عن طريق الرحالة، فضلاً عن قيام بعض حركات الترجمة النشطة في بعض الحضارات رغم ما اكتنفها من صعوبات النسخ المحدود في مرحلة الاتصال

الخطـــي. وفـــي مرحلة الاتصال الطباعي، أخذت الثقافة تكتسب بالتدريج أبعاداً عالمـــية بمـــا وفره لها التوزيع الجماهيري الواسع للكتب والصحف المطبوعة، وخاصـــة تلـــك التي كتبت بلغات ذات نفوذ دولي في ذلك الوقت مثل الفرنسية والإنجليزية.

وفـــي مرحلة الاتصال الالكتروني حدث تطور مذهل يتضاءل أمامه كل ما تحقـــق مـــن تطـــور عبر المراحل الثلاث السابقة، والذي تمثل أخيراً في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال، والمظهر الـــبارز لانفجـــار المعلـــومات يتمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري فـــي أقـــل حيـــز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجـــة المعلـــومات عن بعد باستخدام أقمار الاتصال الصناعية، وبذلك أمكن لملايـــين الأنـــباء والبيانات والأفكار والآراء والصور والرموز أن تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة وبالصوت والصورة، وبذلك انفتح أمام الاتصال الثقافي الدولي آفاق ديموقراطية لا حدود لها.

لقد أضفى تطور الاتصال الالكتروني طابعاً دولياً على الثقافة وقد أصبح من الـــصعوبة التفـــرقة الدقـــيقة بين ما هو ثقافة وطنية وما هو ثقافة أممية فالثقافة الوطنـــية التـــي ينـــتجها مجتمع ما لمواطنيه، قد أصبح لها شكل من الأشكال، ومقـــصود أو غيـــر مقـــصود بعداً أممياً فالثقافة التي تبثها محطات التليفزيون والفـــضائيات فـــي الـــولايات المتحدة وكندا واليابان ودول غرب أوروبا ودول أخـــرى في الشرق والغرب والتي أعدت في الأصل لجمهورها المحلي، أصبح معظمهـــا بالبث عبر الأقمار الصناعية، يشاهد في أنحاء متفرقة من العالم، وقد اكتـــسبت بذلك بعداً دولياً لم تسعى إليه أصلاً، ولكن تطور تكنولوجيا الاتصال جعـــل ذلـــك ممكـــناً، كذلك فإن الثقافة التي تبثها برامج الراديو في معظم دول

العالم، أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية، بفضل تطوير إمكانات الموجة المتوسطة والقصيرة، ومعظم برامج هذه الخدمات الإذاعية يستهدف في الأصل المستمع المحلي، ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعداً دولياً، وتنسحب نفس الظاهرة على الثقافة في الصحف أيضاً سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية، فإن التقدم الكبير في وسائل المواصلات اختصر الكثير من الوقت والجهد والمال اللازم للتوزيع خارج الحدود الوطنية، وقد شجع هذا التطور العديد من الصحف المحلية وخاصة التي تصدر باللغات الأكثر تداولاً في العالم، على التواجد في الأسواق العالمية، أما الصحف الدولية من الأصل، فقد زادت فعاليتها واتسع مجال انتشارها ووصلت إلى أماكن لم تصل إليها من قبل بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال، فعن طريق جهاز الفاكسميلي مثلاً أمكن إرسال صفحات الجريدة بالكامل من المقر الرئيسي إلى أي مكان آخر في العالم، حيث تطبع وتوزع على القراء في نفس الوقت الذي تطبع وتوزع في مقرها الرئيسي، ولم يعد مستغرباً أن نجد صحفاً دولية تطبع في عشر عواصم في وقت واحد، وقد تأكد الآن أن أكبر إنجاز حققته الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال، إن المسافات لم تعد عقبة أمام تبادل الثقافات على المستوى الدولي.

وقد قوبل هذا التطور، في البداية، بترحيب من كافة الأمم، وكان الأمل يحدو الجميع في أن تعم فوائده الثقافية على الكافة، ولكن سرعان ما خيب هذا التطور الآمال التي عقدت عليه، فقد أدى هذا التطور إلى زيادة الفجوة الثقافية بين الدول الصناعية المتقدمة من ناحية والدول النامية من ناحية أخرى، حيث وجدت دول تتمتع بوفرة في الإنتاج والثقافي ودول أخرى تعاني من مجاعة في هذا الإنتاج، ويوماً بعد يوم تتسع الفجوة بين الدول المتقدمة والدول النامية، وتشير الإحصاءات الحديثة لليونسكو أن الدول الصناعية المتقدمة تستخدم ٩٢% من

الطيف اللاسلكي ومن المدار الذي تطلق إليه الأقمار الصناعية، وأن هذه الدول تملك ٨٨% من إمكانات الحاسب الآلي، وأن ٧٠% من سكان العالم، وهم أبناء الدول النامية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية لا يملكون سوى ٤٠% من الصحف الصادرة في العالم و ٢٢% فقط من عدد النسخ المتداولة، وأن ٤٨% من أجهزة الراديو توجد في أمريكا الشمالية و ٣٢% في أوروبا في حين لا يزيد نصيب آسيا عن ١٢% أمريكا اللاتينية عن ٩% وأفريقيا ٣% فقط، وبالنسبة لأجهزة التليفزيون تصل إلى ٣٧% في أمريكا الشمالية و ٣٤% في أوروبا و ١٦% في آسيا و ٩% في أمريكا اللاتينية و ٣% فقط في أفريقيا.

وفي مجال إنتاج الكتاب فإن الولايات المتحدة وأوروبا الغربية وروسيا الاتحادية وكندا واستراليا ونيوزلندا واليابان تنتج ٨١% من مجموع الكتب في العالم، في حين لا تضم هذه الدول سوى ٣٠% من مجموعة سكان العالم، مما يدل على أن ٧٠% من سكان العالم من أبناء الدول النامية لا ينتجون سوى ١٩ % فقط من مجموع الكتب الصادرة سنوياً[١٣].

وقد ترتب على هذا الوضع ظهور ما يمكن أن نسميه بظاهرة التبعية الإعلامية[١٤]، حيث أصبحت البلدان النامية تستورد نسبة عالية من المنتجات الثقافية من عدد قليل من البلدان المتقدمة، وبالمقارنة نجد التدفق في الاتجاه العكسي ضئيلاً للغاية، فالبلدان المتقدمة تحصل من البلدان النامية على ما عندها من عناصر الثقافة، بينما تحصل البلدان النامية على كثير مما يمكن وصفه بأي معيار موضوعي بأنه من أسوأ ما ينتج في البلدان المتقدمة[١٥]. ولا مناص من أن يضر هذا التبادل غير المتكافئ بالثقافة الوطنية للبلدان النامية، فالمواد المستوردة تزاحم إنتاج الكتاب والموسيقيين وصانعي الأفلام وسائر الفنانين والمبدعين بهذه البلدان، كما أن المواد الثقافية المنتجة محلياً على غرار النماذج المستوردة تؤدي بدورها إلى تكريس التبعية الثقافية للدول المتقدمة.

ويثير هذا الوضع غير المتكافئ العديد من المخاوف لدى الكثير من الدول النامية ومن بينها الدول العربية من هيمنة الإنتاج الإعلامي الغربي، خاصة وأن نسبة غير قليلة من المنتجات الإعلامية الغربية تقدم كسلعة تجارية تم تسويقها كأي سلعة أخرى(١٦). وذلك ناتج عن سيطرة النزعة الاستهلاكية في المجتمعات الغربية فمعيار نجاح المنتج الإعلامي في الغرب الرأسمالي هو حجم المبيعات ومقدار الأرباح التي يحققها هذا الإنتاج(١٧)، لذلك فقد غلب عليه الطابع الترفيهي.

ولكن الذي يهم معظم الحكومات في العالم الثالث هو تخوفها أن ينجم عن البث الفضائي الإليكتروني مخاطر سياسية نتيجة بث برامج معادية لأنظمة الحكم بما يهدد الاستقرار السياسي بهذه الأنظمة(١٨)، خاصة وأن تطور تكنولوجيا الاتصال الفضائي الالكتروني جعل من أية محاولات للمنع أو الرقابة أو التشويش على هذا الإعلام أمراً شبه مستحيل من الناحية التقنية(١٩).

وفي العالم العربي جرت وما تزال عدة محاولات لضبط أداء الإعلام الفضائي العربي وعبر الجامعة العربية، وقد قوبلت هذه المحاولات بمعارضة قوية من جانب معظم وسائل الإعلام الفضائي العربية ومن جانب كثير من القوى والمنظمات السياسية العربية(٢٠).

والحل الذي نقترحه في مواجهة المحاولات الحكومية العربية لتقييد البث الفضائي الالكتروني يقوم على الاستفادة من تجارب المجتمعات الديموقراطية التي قامت بتشجيع وسائل الإعلام الفضائي على وضع مواثيق شرف إعلامية تنبع من الإعلاميين أنفسهم ولا تفرض عليهم من السلطات الحكومية، وهذه المواثيق يمكنها أن تعالج أي خروج على القيم والأعراف مع الضمان الكامل لحريتها في التعبير، وهذا الحل يتمشى مع بعض المحاولات الدولية الجارية الآن عبر عدد من المنظمات الدولية لصياغة عدد من المواثيق التي تسمح

بالاستفادة العادلة من تطور تكنولوجيا الاتصال الاليكتروني لكافة الشعوب وذلك لــضمان السريان الحر لثقافات الأمم بما يساعد على تنمية التفاهم بين الشعوب فـــي إطار الاحترام المتبادل لتعدد سياسات الدول والتنوع في الثقافات الوطنية، فالتــنوع والتبادل الحر يشكلان جناحي ديموقراطية الثقافة والإعلام، سواء على المستوى الوطني أو الدولي.

هوامش الفصل الثالث

(١) فرانسوتيرو والبيربيار: تاريخ الصحافة، ترجمة عبد الله عنان، المنشورات العربية، بيروت صـــ١٤- ١٥.

(٢) شون ماكبرايد: الاتصال والمجتمع، اليونسكو، ص ٨٢- ٨٣.

(3) Alfred G. Smith: Communication and Culture: Holt, Rineh art and Winston. London. 1992, p.p, 12- 13.

(٤) مـــن المهـــم الإشارة إلى وجود عشرات التعريفات لمفهوم الثقافة، منها ما يضيق بالمفهوم حتى يقصره على الآداب والفنون ومنها ما يتسع به ليشمل كافـــة أشكال الإبداع الإنساني، ورغم ذلك نود التأكيد على أن الثقافة تشمل بالتأكـــيد ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيـــرات والإبداعات التي تحتفظ لجماعة بشرية ما بهويتها الحضارية (محمـــد عابـــد الجابري: الثقافة العربية اليوم، ومسألة الاستغلال الثقافي- مجلـــة المستقبل العربي- بيروت أغسطس ١٩٩٣ ص٩)، وبالتالي فالثقافة هـــي حـــصيلة لقاء ديناميكي بين دلالة الخبرة الماضية وعملية المواجهة اليومية لمشاكل الوجود الإنساني، وبهذا المعنى هي جامدة ومتجددة في أن واحـــد، الخبـــرة تصير علامة على المعرفة، والتفاعل المستمر تعود إلى مـــرونة إزاء الواقع المتجدد، وبالتالي فلا ثقافة دون تاريخ، ولا ثقافة دون حـــركة مـــستمرة وانبعاث دائم نحو التغيير والتجديد (حامد ربيع: الثقافة العربية، دار الموقف العربي القاهرة، ١٩٨٣، صـــ٥٢)، الثقافة هي مجمل التراث الإنساني، وهي أسلوب حياة المجتمع، لذلك فلكل شعب ثقافته.

(٥) يقـــصد بالاتصال عملية انتقال الآراء والأفكار والمعلومات داخل مجتمع ما، وهـــذا المفهوم باعتباره تعبيراً لغوياً مشتق من التواصل بمعنى المشاركة وهو المعنى الذي تفسره الكلمة اللاتينية Communis وهي تعني مشترك أو اشـــتراك، ومـــنها اشتقت الكلمة الإنجليزية Communication (Rogers: Communication and Development. Sage publication. London 1996. (p. p. 122- 127) ويـــؤكد تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال أنه لا يوجد تعريف واضح لمفهومي الاتصال Communication والإعلام Information كذلك فإن أكثر المؤلفين يستخدمون هذين اللفظين بلا تمييز، ومـــع ذلك فكثيراً ما يعد الإعلام أساساً إشارات أو رسائل تنتقل في اتجاه واحـــد من مصدر إرسالها إلى متلقيها، بينما ينطبق الاتصال على الظاهرة المتـــشعبة للمبادلات المتنوعة التي تجري بين الأفراد والجماعات بواسطة إشـــارات أو رمـــوز، وقـــد استخدم التقرير اللفظين للدلالة على ظاهرتين مختلفتـــين، فالاتصال هو "عملية" تبادل الأنباء والحقائق والآراء والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات، بينما الإعلام هو "المنتج" أي الأنباء والبيانات وسائر مضامين ومخرجات وسائل الإعلام.

(6) Samarajive Rohan and Shields. Peter: Telecommunication Networks as Social Space. Media Culture and society Volume 19- October 1997. P.p 535- 556.

(٧) ديـــورانت. ول: قـــصة الحـــضارة. تـــرجمة عبد الله نعمان- المنشورات العربية، بيروت- ١٩٧٣، صــــ٨.

(٨) وافي. علي عبد الواحد: الأدب اليوناني القديم، دار المعارف، القاهرة، ص ٦٥، ٧٣.

(9) Macgregor. Marg: The story of Rome Apelicaun book. London. 1962, p.p, 17- 22.

(10) Humphrey Tonkin: Equalizing Language. Journal of communication. Spring. 1998- p.p. 72- 79.

(11) Mcnair Brain: politics and Democracy. Oxford University Press. London 2007. p.p. 19- 21.

(12) Katitaz Sophia: Media policy as Industrial policy. European Journal of Communication. Volume 11 December 1996. p. p. 453- 460.

(13) Unesco: World Communications Unesco Press. 2008, p. p. 17- 22.

(١٤) عـــبد الرحمن. عواطف: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية- عالم الفكر- الكويت- ١٩٨٤- صـــ ٤٤.

(١٥) شـــيللر. هريـــرت: المتلاعبون بالعقول- عالم الفكر- الكويت- ١٩٨٦- صـــ١٧٢.

(16) Mcphall. Thomas: Global Communication. Auyn and Brcon. London. 2002, P. 23.

(17) Philips. Louise: Mediated Communication and the privatization of public problems. European Journal of Communication June 2000, p.p. 171- 208.

(18) Barnett. Clive: The Limits of Media democratization in South Agrica: politics, privatization and regulation. Media culture and Society. September, 1999. p. p. 644- 671.

(19) Mcquail. Denis: Media Performance, Mass Communicjation and the public Interest. SAGE publication London New Delhi. 2004, p.p. 306- 309.

(٢٠) لجـــنة الإعـــلام، جامعـــة الـــدول العربية: مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتليفزيوني في المنطقة العربية ٢٠٠٨م.

الفصل الرابع

الإعلام الديموقراطي المسئول

[١]

المسئولية المهنية للإعلاميين

إن ديموقــراطية الإعلام ليست مطلقة وخاصة على مستوى التطبيق العملي، إنهــا مــثل أعلــى سياســي ومهني، وتؤثر فيه، شأنه شأن سائر المثل العليا، ملابسات وأوضاع سياسة واقتصادية واجتماعية.

ورغم الدور التنويري الذي قامت به الصحافة الغربية مستفيدة من المساحات الواسعة من الحرية التي أتاحتها النظم الليبرالية في دول غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية منذ مطلع القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين، ولكــنها أفرزت في ذات الفترة نوعاً من الصحف التي اعتمدت أسلوب الإثارة وغالــت فــي نــشر قــضايا الجنس والجريمة والفضائح ولجأت إلى التجريح والابتزاز وهي الظاهرة التي اشتهرت في الصحافة الغربية باسم صحافة الإثارة أو الصحافة الصفراء.

إن نــشأة صحافة الإثارة يعود تاريخياً إلى ظهور الصحف المعنية باستمالة الجماهيــر Mass appeal news paper بالــولايات المــتحدة الأمريكية على يد الــصحفي الأمريكي بنجامين داي Benjamin Day عندما أصدر صحيفة New York Sun عام ١٨٣٣، وقد اعتمدت هذه الصحيفة على معادلة لجذب مزيد من القــراء تقــوم علــى إبراز موضوعات الجنس والجريمة، وبالتركيز على هذه الجوانب استطاعت أن تجذب عدداً كبيراً من القراء، خصوصاً وأن هذه النوعية

من المواد الصحفية لم تكن مقبولة في الصحف الجادة، ثم استطاع جيمس جوردون بينيت James Gordon Benett أن يحقق نجاحاً أكبر في صحيفة نيويورك هيرالد New York Herald وتمثلت أسباب النجاح المتزايد لبينيت في مهارته في تقديم قصص إخبارية مثيرة حول الجريمة بالإضافة إلى سياسته التحريرية التي تميل إلى تجريح الأشخاص، وقد كان بينيت يعتبر نفسه مصلحاً اجتماعياً لذا تبني سياسة هجومية في صحيفته التي صدرت عام ١٨٣٥م، وقد أحدث ظهور هذه الصحف العديد من التحولات في السوق الصحفية الأمريكية خلال الفترة من عام ١٨٣٣ إلى عام ١٨٦٠، وتمثلت في الاعتماد على التوزيع الجماهيري الواسع والإعلان، وتغليب عنصر الإثارة في المادة الصحفية وذلك من خلال نشر الأخبار المجهلة والشائعات واختراق الحياة الخاصة للأفراد.

وقد بدأ الظهور الواضح لصحافة الإثارة إثر المنافسة الضارية التي دارت بين اثنين من رواد الصحافة الأمريكية وهما بوليتزر Pulitzer وهاريست Hearst من أجل الحصول على المزيد من القراء بنشر قصص الجريمة والجنس والعنف بكثافة كبيرة، وقد أصبح هذا المضمون الصحفي فيما بعد يشير إلى ما يسمى بالصحافة الصفراء (وقد تم تسميتها بهذا الاسم إشارة إلى شخصية كارتونية Yellow Journalism الصحفي الأصفر الذي يرتدي زياً أصفر لامعاً ويقوم بالعديد من المغامرات)، وقد وصلت المعركة بين بوليتزر وهارست على ساحة الصحافة الصفراء إلى ذروتها مع الحرب الأسبانية الأمريكية عام ١٨٩٨ ولعبت هذه الصحف دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام الأمريكي إزائها. ثم تعرضت هذه الصحافة لنوع من الركود بعد الحرب خصوصاً وأن بوليتزر انسحب من معركة المنافسة مع هارست بسبب تدهور حالته الصحية عام ١٩٠٠.

ورغم السقوط الأخلاقي لهذه الصحافة إلا أنها استطاعت أن تخلق جوا من

المنافسة التي أنعشت سوق توزيع الصحف وحركت أسلوب الإخراج الصحفي، وهو التطور الذي استفادت منه الصحافة الشعبية بعد انهيار تيار الصحف الصفراء في معظم دول غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية عقب الحرب العالمية الثانية.

ويلاحظ نمو تيار الصحافة الصفراء من جديد في عدد من دول العالم الثاني والثالث، وخاصة بعد اتساع مساحة الحرية الصحفية التي سادت العالم بعد انهيار الاتحاد السوفيتي.

لذلك كان طبيعياً، ومنذ فترة مبكرة من تاريخ الصحافة ظهور محاولات لتحقيق توازن عادل بين الحرية والمسئولية في الصحافة، ثم في بقية وسائل الإعلام الجماهيرية بعد ذلك، وقد ساعد على نجاح بعض هذه المحاولات ذلك التطور الهام الذي حدث في المجتمعات الليبرالية في غرب أوروبا في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩- ١٩٤٥م) والذي أدى إلى ظهور نظرية سياسية جديدة هي الاشتراكية الديموقراطية، وقد أخذت هذه النظرية من الفلسفة الليبرالية جانبها السياسي المتمثل في الديموقراطية بما تعنيه من حياة نيابية وحريات مدنية وفي مقدمتها حرية الإعلام، ومن ناحية أخرى فقد أخذت النظرية الاشتراكية الديموقراطية من الفلسفة الماركسية جوانبها الاجتماعية وخاصة فكرة تذويب أو تقريب الفوارق بين الطبقات.

وكان لنجاح عدد من الأحزاب الاشتراكية الديموقراطية في الوصول إلى الحكم أو المشاركة فيه في كثير من دول غرب أوروبا الليبرالية أن ظهر مفهوم جديد للإعلام في هذه البلدان جمع بين الالتزام بالحرية من ناحية والمسئولية الاجتماعية من ناحية ثانية، أي أن هذا المفهوم استعار من الليبرالية عنصر الحرية، بينما استعار من الاشتراكية عنصر المسئولية. وقد تجسد هذا التطور في ظهور نظرية إعلامية جديدة سميت بنظرية المسئولية الاجتماعية Social

Responsibility وهـــي نظرية ترفض الفردية المطلقة في ليبرالية القرن التاسع عـــشر، كما ترفض السلطة المطلقة في الماركسية وهي تقوم على أساس وجود التـــزام ذاتـــي من جانب وسائل الإعلام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تـــستهدف إقامة توازن بين حرية الإعلامي من ناحية وبين مصالح المجتمع من ناحـــية ثانـــية، وبمعنـــى آخر، لابد من وجود الحرية المسئولة[١]، ويتحقق ذلك بخـــضوع وســـائل الإعـــلام لرقابة الرأي العام في المجتمع عن طريق مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية.

وقـــد كان من ثمرات هذا التطور إنشاء ما سمي بمجالس الصحافة والإعلام في كثير من المجتمعات الأوروبية ثم انتقلت إلى أنحاء متفرقة من العالم[٢].

كـــذلك تقوم نظرية المسئولية الاجتماعية على مبدأ يرى أن لوسائل الإعلام وظـــيفة اجتماعية وهي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي تحدثه هذه البيانات على الجمهور، فمن ناحية لا يجب حجب البيانات والمعلومات عن الجمهور بحجة حمايتهم من الأفكار المعارضة للسلطة القائمة في المجتمع التي تصدر أو تبث فيه وسيلة الإعلام، ومن ناحية أخرى لا يجـــب حجب المعلومات بحجة أنها لا تثير انتباه الجمهور أو اهتمامه، إذ لاحق للسلطة في تحديد نوعية المعلومات التي تقدم للجمهور[٣].

وبفـــضل هـــذه النظـــرية الإعلامية أصبح الحق في المعرفة وحرية سريان المعلومات حقاً من حقوق الإنسان[٤].

وقـــد أدى انتشار نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام إلى خلق شبه إجمـــاع دولـــي علـــى أهمية وجود قواعد أو مدونة للسلوك المهني للإعلاميين تـــتوافق بشكل عام مع مبادئ الديموقراطية وحقوق الإنسان وهي موجودة الآن فـــي نحـــو ثمانـــين بلداً في كافة مناطق العالم، ورغم أن معظم هذه القواعد قد

صـــاغها الإعلامـــيون بأنفـــسهم، إلا أنها تختلف من بلد إلى آخر وفق ظروفه السياسية ودرجة تطوره الحضاري ومساحة الديموقراطية فيه(٥).

ولكـــن معظم قواعد السلوك المهني للإعلاميين تتفق على بعض المبادئ مثل ضـــمان حـــرية الـــصحافة وبقية وسائل الإعلام، وحرية الوصول إلى مصادر المعلـــومات، مـــع الالتـــزام بالدقـــة وعـــدم تحريف الأنباء وعرض الحقائق بموضوعية، والامتناع عن التشهير والتجريح الشخصي والاتهام بالباطل والقذف وانـــتهاك الحياة الخاصة وحق الرد والتصويب، وباختصار فإن قواعد السلوك المهني للإعلاميين تهدف إلى تحقيق توازن عادل بين الحرية والمسئولية(٦).

ومن المهم الاعتراف بأن التفكير في تدوين قواعد السلوك المهني للإعلاميين قد سبق ظهور نظرية المسئولية الاجتماعية حيث بدأت إرهاصاته للمرة الأولى فـــي بداية العشرينات من القرن الماضي، وقاد هذه المحاولات بعض المنظمات غيـــر الحكومية وبعض المنظمات الدولية وذلك بهدف وضع قواعد سلوك مهني إقليمـــية أو دولـــية، ففي عام ١٩٢٦ اعتمد أول مؤتمر لصحافة عموم أمريكا، والـــذي عقد في واشنطن مدونة "قواعد الأخلاق الصحفية"، وقد أعيد تأكيد هذه القواعد في مؤتمر دول أمريكا للصحافة الذي عقد في يونيو ١٩٥٠م واعتمدت باعتبارها ميثاقاً لرابطة الصحافة بدول أمريكا.

وخلال الفترة التي تمتد من عام ١٩٥٠ إلى عام ١٩٥٢ أعدت اللجنة الفرعية لحـــرية الإعلام والصحافة لمنظمة الأمم المتحدة، مشروع قواعد دولية للسلوك المهنـــي للعاملـــين بـــالإعلام، وقد عرض المشروع على المؤسسات الإعلامية والـــروابط المهنـــية، ورغـــم ذلك فحين عرض المشروع في عام ١٩٥٤ على الجمعية العامة للأمم المتحدة، عجزت عن اتخاذ قرار بشأنه، ولكن هذا لم يمنع من استمرار الاهتمام بفكرة وضع قواعد السلوك المهني للإعلاميين، حيث نشط عـــدد مـــن الروابط الدولية للإعلاميين في محاولة إقرار مدونة للسلوك المهني

يمكــن قــبولها علـــى المستوى الدولي والمحلي[٧]، مثال ذلك (إعلان المبادئ الأخلاقــية) الــذي أصدرته رابطة مذيعي الدول الأمريكية LAAB في جمعيتها العمومــية التـــي عقــدت عام ١٩٥٥م، وقبلها عالج الاتحاد الدولي للصحفيين مشكلات الأخلاق المهنية للصحفيين، واعتمد في اجتماع في بوردو عام ١٩٥٤م إعلاناً حول واجبات الصحفيين، وفي ميونخ اعتمدت ست نقابات صحفية تابعة للــرابطة الأوروبــية فـــي اجتماع عقدته في نوفمبر ١٩٧١م، إعلان واجبات وحقــوق الصحفيين، وفي نوفمبر ١٩٧٣م اجتمعت المنظمة الدولية للصحفيين باليونــسكو حــيث نظــرت في اقتراح مشروع يتعلق بقواعد السلوك المهني، وأصـــدر اتحاد صحفي أمريكا اللاتينية FELAF في عام ١٩٧٥م إعلان مبادئ وافقــت علــيه ١٢ منظمة، وتحت رعاية الجامعة العربية أعدت قواعد للسلوك المهني للصحفيين العرب في أغسطس ١٩٧٧م.

وقد شكل الإعلان الخاص بوسائل إعلام الجماهير الذي اعتمده المؤتمر العام لليونــسكو فـــي عـــام ١٩٧٨ خطوة هامة على الطريق شجع الكثير من الدول والجماعات المهنية الإعلامية في عدد كبير من البلدان إلى وضع قواعد للسلوك المهني للصحفيين والإعلاميين والكثير منها اتخذ شكل مواثيق الشرف الصحفية والإعلامـــية[٧]. ورغم عدم وجود صياغة واحدة يمكن تعميمها لقواعد السلوك المهنـــي للإعلاميين أو مواثيق الشرف الإعلامية، إلا أنه يمكن ملاحظة وجود قواسم مشتركة يمكن إجمالها في النظر إلى حرية الإعلام باعتبارها من الحقوق الأساسية للإنسان والحرص على صدق الأنباء ودقتها وعدم تحريف الحقائق[٨]، ونبذ الاستفادة الشخصية أو تحقيق المصالح الخاصة على حساب الصالح العام، وإدانـــة التـــشهير والقــذف والاتهام بالباطل وانتحال أراء الغير[٩]، وضرورة تصويب الأنباء الزائفة أو الضارة، وحق الرد والأمانة والإنصاف تجاه الجمهور واحترام الحياة الخاصة وأسرار المهنة[١٠].

[٢]

قواعد السلوك المهني للصحفيين

التجربة المصرية

ارتبط التفكير بإيجاد قواعد للسلوك المهني للصحفيين في مصر باتساع مساحة الحرية الصحفية منذ عام ١٩٢٤ وهو بداية ما يمكن أن يسمى بالمرحلة الليبرالية أو شبه الليبرالية في تاريخ مصر الحديث والتي استمرت حتى قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م، حيث رافق هذه الحرية ظهور العديد من الصحف التي تبنت أسلوب الإثارة القائم على التجريح ونشر الفضائح وما سمي وقتها بصحافة دفتر الشيكات، وقد استمرت بعض ملامح صحافة الإثارة في أعقاب الثورة لفترة غير قصيرة، وقد كانت هذه الممارسات من بين المبررات التي اعتمد عليها قادة النظام الجديد وهم يصدرون قرار تنظيم الصحافة في عام ١٩٦٠ والذي بموجبه انتقلت ملكية معظم المؤسسات الصحفية المصرية إلى ملكية الدولة وإشرافها سواء تحت مسمى الاتحاد القومي أو الاتحاد الاشتراكي، ثم عادت ظاهرة صحافة الإثارة تظهر في مصر من جديد مع بداية عام ١٩٨٧م، حيث كانت الصحف القومية تعاني من قصور مواردها المالية وبدأ البحث عن موارد جديدة لهذه الصحف، وكانت قد تعاقدت على شراء مطابع جديدة تفرض أقساطاً شهرية لم تستطيع تدبيرها، وعقد اجتماع ضم رئيس الوزراء ورئيس المجلس الأعلى للصحافة والوزراء المعنيين بناء على رغبة رؤساء مجالس إدارات الصحف القومية وبحضورهم للبحث عن موارد مالية جديدة لمواجهة

العجــز فـــي تلك الصحف، في ذات الوقت كانت صحيفة الشرق الأوسط التي تــصدر في لندن قد تقدمت بطلب لطبعها في إحدى مطابع المؤسسات الصحفية القومية ووافق على طبعها.

وقــد اســتخدم الصحفيون المصريون موافقة الحكومة على طبع الصحف الخارجــية فـــي مطابـــع الصحف القومية، في إصدار الصحف، وحصلوا على تراخيص من قبرص وإنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية، وغيرها من الدول، وقامــوا بالطــبع فـــي الخارج وتصدير المطبوع إلى مصر، ولما صدر قانون المــناطق الحرة، قاموا بالطبع في هذه المناطق تخفيفاً للنفقات، وقد بلغ عدد هذه الصحف في وقت من الأوقات ٧٤ صحيفة تصدر باللغة العربية و ١٥ صحيفة تــصدر باللغات الأجنبية، وقد اعتبر ذلك نوعاً من التحايل على قانون الصحافة الــذي يمــنع امتلاك الأفراد للصحف ويقصر هذا الحق على الأحزاب وبعض الشخــصيات الاعتبارية والجمعيات والهيئات، وقد شجع طبع هذه الصحف في مــصر، العديــد مــن الصحفيين والمواطنين المصريين لإصدار صحف بذات الطرق.

وقد لوحظ أن بعض الأحزاب استغلت حقها الذي يكفله لها القانون في إصدار الصحف، فقامت بتأجير عدد من رخص هذه الصحف والتي استغلت في الإثارة والتجــريح وتسوية الحسابات مع الغير، وأكثر هذه الصحف لا سيطرة للحزب عليها، ولا يتحمل أية مسئولية قانونية عن تجاوزاتها.

كــذلك تبــين أن السماح بتداول الصحف التي تحصل على رخص خارجية بالإصدار في السوق المصرية، والسماح لبعضها بالطبع في مصر، شجع عدداً مــن المطابع التي توجد في الأقاليم بعيداً عن أعين الجهات الرسمية بالحصول على عدد من الرخص الصحفية الصادرة في الخارج، وقاموا بتأجيرها لعدد من المواطنــين الــراغبين في إصدار صحف، ثم تطور الأمر إلى قيام بعض هذه

المطابع بتزوير رخص صحفية من الخارج لا أصل لها في الحقيقة، وقاموا بالاتجار فيها مع تسهيل طبعها في مطابعهم الخاصة وتزوير موافقة إدارة المطبوعات والجمارك لتسهيل توزيعها داخل البلاد.

وفي الوقت الذي تقع فيه تجاوزات من هذه الصحف في الإثارة والتجريح والابتزاز والمتاجرة بسمعة بعض المواطنين وأعراضهم لا توجد أية محاسبة على هذه التجاوزات من أي نوع، فنقابة الصحفيين لا تقوم بواجبها في محاسبة من يخرج على التقاليد الصحفية وميثاق الشرف الصحي من الصحفيين أعضاء النقابة الذين يعملون في هذه الصحف، كذلك فإن كثيراً من المواطنين يحجمون عن اللجوء إلى القضاء، خوفاً من تزايد الحملات الصحفية ضدهم من قبل هذه الصحف، فضلاً عن بطأ التقاضي، وضآلة الغرامات التي يمكن أن تعاقب بها الصحف المتجاوزة، كذلك فإن أكثر العاملين في هذه الصحف من غير النقابيين مما يصعب من محاسبتهم نقابياً.

وقد تزايد انتشار صحف الإثارة وتنامت قوتها بفضل تصاعد دور القطاع الخاص في الحياة الاقتصادية، وظهور فئة جديدة من رجال المال والأعمال الذين استخدموا هذه الصحف في مواجهة منافسيهم أو كوسائل ضغط على المسئولين لتمرير مصالحهم الخاصة وتيسير حصولهم على مزايا لا يتيحها لهم القانون.

وكان من الطبيعي أن تشهد مصر منذ فترة مبكرة من القرن العشرين محاولات متعددة لوضع قواعد السلوك المهني للصحفيين، وقد تمثلت بعض هذه المحاولات في مجهودات فردية لبعض كبار الصحفيين المصريين مثل أمين الرافعي ثم الدكتور محمود عزمي، إضافة إلى محاولات جرت من قبل نقابة الصحفيين، وقد توجت هذه المحاولات بإصدار ميثاق الشرف الصحفي في يوليو ١٩٧٥م، وقد ارتبط ظهور هذا الميثاق بإنشاء المجلس الأعلى للصحافة في ١١

مارس ١٩٧٥م، والتي تضمنت اختصاصاته وضع ميثاق الشرف الصحفي، ورغم ذلك فالذي قام فعلاً بوضع هذا الميثاق هو المؤتمر القومي للاتحاد الاشتراكي، وهو التنظيم السياسي الوحيد الذي كان مسموحاً له بالعمل في البلاد حتى ذلك الوقت.

وعندما أعيد تشكيل المجلس الأعلى للصحافة تنفيذاً لقانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م، تضمن القانون نصاً يجعل من مهام المجلس إقرار ميثاق الشرف الصحفي والقواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه.

وعندما أعيد تشكيل المجلس الأعلى للصحافة عام ١٩٩٨م وفق القانون ٩٦ لسنة ١٩٦٦م الخاص بتنظيم الصحافة، تضمنت الفقرة العاشرة من المادة رقم ٧٠ من القانون نصاً يجعل من اختصاصات المجلس إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي تعده نقابة الصحفيين، وقد وافق المجلس الأعلى للصحافة في ٢٦ مارس عام ١٩٩٨م على إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي أعدته نقابة الصحفيين، وأرسى القانون قاعدة هامة وهي أن ميثاق الشرف الصحفي يصاغ بشكل اختياري من قبل الصحفيين أعضاء النقابة وموافقتهم عليه من خلال جمعيتهم العمومية.

وقد ألزم الميثاق الصحفيين بعدد من الواجبات المهنية ومن أهمها:

- الالتزام فيما ينشره بمقتضيات الشرف والأمانة والصدق، بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمه، وبما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين، أو يمس إحدى حرياته، وبعدم الانحياز في كتاباته إلى الدعوات العنصرية أو المتعصبة أو المنطوية على امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها، أو الطعن في إيمان الآخرين، أو تلك الداعية إلى التمييز أو الاحتقار لأي من طوائف المجتمع، وبعدم نشر الوقائع مشوهة أو مبتورة، وعدم تصويرها أو اختلاقها على نحو غير أمين.

- والالتزام بتحري الدقة في توثيق المعلومات، ونسبة الأقوال والأفعال إلى مـصادر معلـومة كلمـا كان ذلك متاحاً أو ممكناً طبقاً للأصول المهنية السليمة التي تراعي حسن النية، وبعدم استخدام وسائل النشر الصحفي في اتهام المواطنين بغير سند، أو في استغلال حياتهم الخاصة للتشهير بهم أو تـشويه سمعتهم أو لتحقيق منافع شخصية من أي نوع، وأن كل خطأ في نـشر المعلومات يلتزم ناشره بتصحيحه فور اطلاعه على الحقيقة وحق الـرد والتصحيح مكفول لكل من يتناولهم الصحفي، على ألا يتجاوز ذلك الرد أو التصحيح حدود الموضوع، وألا ينطوي على جريمة يعاقب عليها القانـون، أو مخالفـة لـلآداب العامة، مع الاعتراف بحق الصحفي في التعقيب.
- ولا يجوز للصحفي العمل في جلب الإعلانات أو تحريرها ولا يجوز له الحصول على أي مكافأة أو ميزة مباشرة أو غير مباشرة عن مراجعة أو تحريـر أو نـشر الإعلانات، وليس له أن يوقع باسمه مادة إعلانية، ولا يجـوز نـشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامـة، أو مـع رسالة الصحافة، ويلتزم المسئولون عن النشر بالفصل الواضح بين المواد التحريرية والإعلانية، وعدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دولياً للمساحة الإعلانية في الصحيفة على حساب المادة التحريرية، ويحظر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على هبات أو إعانات أو مـزايا خاصـة مـن جهات أجنبية أو محلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- ويمتـنع الـصحفي عن تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة في الدعاوى الجنائية أو المدنية، بطريقة تستهدف التأثير على صالح التحقيق أو سير المحاكمة، ويلتزم الصحفي بعدم إبراز أخبار الجريمة وعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرام الأحداث.

- والصحفيون مسئولون مسئولية فردية وجماعية رؤساء كانوا أم مرؤوسين عن الحفاظ على كرامة المهنة وأسرارها ومصداقيتها، وهم ملتزمون بعدم التستر على الذين يسيئون إلى المهنة أو الذين يخضعون أقلامهم للمنفعة الشخصية، ويمتنع الصحفيون في علاقاتهم المهنية عن كافة أشكال التجريح الشخصي، والإساءة المادية أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم، أو في مخالفة الضمير المهني[١١].

ومن الاختصاصات الهامة التي منحها القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م بشأن تنظيم الصحافة في مصر للمجلس الأعلى للصحافة ما جاء في الفقرة الحادية عشرة من المادة ٧٠ وهي:

"متابعة وتقييم ما تنشره الصحف وإصدار تقارير دورية عن مدى التزامها بآداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي، وتلتزم الصحف بنشر تلك التقارير"[١٢].

وكان المجلس السابق يقوم تنفيذاً لاختصاصه "بإقرار ميثاق الشرف ووضع القواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه بإصدار تقارير دورية للممارسة الصحفية، إلا أنها لم تكن تنشر على الرأي العام مما أضعف من تأثيرها، لذلك جاء النص الواضح في القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م بضرورة نشر التقارير ليعطي لهذه التقارير الدورية تأثيراً فعالاً في تطوير الممارسة الصحفية.

وقد وافق المجلس في ٢٦ مارس ١٩٩٨ على إنشاء لجنة من عدد من أعضائه للإشراف على إصدار التقارير، وقامت اللجنة مستعينة بعدد كبير من الباحثين وأساتذة الصحافة بإعداد التقارير الشهرية عن الممارسة الصحفية بدءاً من أول مارس ١٩٩٨م، وقامت اللجنة المشكلة لإعداد وتقارير الممارسة الصحفية باقتراح عدد من المعايير التي يجرى في ضوئها تقييم الممارسة الصحفية، وتم صياغة هذه المعايير وفق المبادئ التي يقوم عليها قانون تنظيم

الصحافة وميثاق الشرف الصحفي، وعرض على المجلس فوافق عليها وهي تتضمن نوعين من المعايير:

أولاً: معايير تحليل المادة الصحفية:

١- نشر أخبار مجملة، عن طريق نشر أخبار سلبية تعني بأفراد يتم الإشارة إليهم بأوصاف عامة دون تحديد الاسم وعلى نحو يسهل تقييمه على أكثر من وجه.

٢- عدم مراعاة الدقة، بنشر معلومات ووقائع مبالغ فيها، أو نشر عنوان لمادة تحريرية دون أية علاقة له بها أو تكرار نشر مادة تحريرية في نفس العدد أو في عدد تال من نفس الصحيفة.

٣- عدم احترام الحياة الخاصة للمواطنين أو تناول مسلك الشخصيات العامة فيما لا يخص عملهم.

٤- عدم احترام الأديان سوءا بامتهانها أو بإثارة النعرات الطائفية.

٥- الترويج للدجل والخرافة.

٦- عدم الالتزام بحق الرد والتصحيح.

٧- عدم مراعاة الآداب العامة والذوق العام وذلك من خلال نشر ما يخدش الحياء أو نشر ألفاظ وتعبيرات وصور غير لائقة.

٨- عدم مراعاة أدبيات نشر أخبار الجريمة وذلك من خلال:

أ- نشر صور الأحداث وأسماؤهم وكذلك المهتمين في جرائم شاذة والتركيز عليها وإبرازها كظاهرة عامة في المجتمع.

ب- المغالاة في نشر تفاصيل الجرائم.

ج- التمييز مع أو ضد المتهمين.

د- التعليق على قضايا منظورة أمام القضاء.

ثانياً: معايير تحليل المادة الإعلانية:

١- عدم تمييز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية.

٢- الإعــلان عن السجائر والتبغ بدون الإشارة إلى ضررها أو إلى نسب المحتويات من النيكوتين والإعلان عن الكحوليات.

٣- استخدام المرأة والطفل في الإعلان بصورة تسيء إليهما.

وقامــت اللجنة، بتشكيل سبع مجموعات من الخبراء والباحثين المتخصصين مــن أعــضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لتحليل هذه الصحف: القومية والحــزبية والخاصـــة والــصحف الصادرة بتراخيص أجنبية والصحف العامة والــصحف المحلــية والــصحف الصادرة بلغات أجنبية، وتقوم اللجنة بمناقشة التقاريــر فــي اجتماعات منتظمة، ثم تعرض على المجلس للنظر في الموافقة عليها.

يقــوم المجلس الأعلى للصحافة بإرسال تقارير الممارسة الصحفية إلى نقابة الــصحفيين متــضمنة التجاوزات التي تقع من بعض الصحفيين أعضاء النقابة والتــي تمثل خروجاً على أحكام قانون نقابة الصحفيين وقانون تنظيم الصحافة وميثاق الشرف الصحفي وآداب المهنة وأخلاقياتها، بهدف أن تقوم النقابة بأعمال قانــون النقابة بمساءلة الصحفيين الذين نسب إليهم ما يقع من تجاوزات، وذلك إعمالاً بأحكام المادة (٣٤) من قانون تنظيم الصحافة التي تنص على اختصاص النقابة وحدها بمحاسبة الصحفيين من أعضائها.

يلاحظ عدم استجابة نقابة الصحفيين للمطالبات المتكررة التي وجهها المجلس الأعلــى للصحافة إلى نقابة الصحفيين لإعمال قانون النقابة بمساءلة الصحفيين الــذين نــسب إليهم ما يقع من تجاوزات لميثاق الشرف الصحفي وآداب المهنة وأخلاقياتها، إن قيام نقابة الصحفيين بتفعيل دورها في مواجهة التجاوزات التي

تقـــع من بعض الصحفيين أعضاء النقابة، وقيام النقابة بمحاسبة المتجاوزين من أعضائها لآداب المهنة وأخلاقياتها وميثاق الشرف الصحفي، من شأنه أن يرشد الممارسة الصحفية، وأن يحول دون لجوء المتضررين من هذه التجاوزات إلى القــضاء ليقتص لهم من المتجاوزين في ظل قصور النقابة عن أداء دورها في محاسبتهم عن هذه التجاوزات.

ومن الإنصاف أن نحاول تفهم موقف النقابة في هذه القضية، فالمهمة الأولى للـــنقابة، كما ينص القانون رقم ٧٦ لسنة ١٩٧٠ الخاص بنقابة الصحفيين، هو العمـــل علـــى الارتفـــاع بمستوى المهنة، والمحافظة على كرامتها والذود عن حقوقها والدفاع عن مصالحها، وكذلك ضمان حرية الصحفيين في أداء رسالتهم وكفالـــة حقوقهم، والعمل على صيانة هذه الحقوق في حالات الفصل والمرض والتعطل والعجز، بالإضافة إلى العمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وآدابها ومـــبادئها، وقد غلب على أداء النقابة معظم فترات وجودها منذ إنشائها في عام ١٩٤١ وحتـــى الـــيوم هو الدفاع عن الصحفيين في مواجهة السلطة سواء في العصر الملكي أو في العصر الجمهوري، وطوال هذه الفترة، انشغلت النقابة عن توفيـــر الـــرعاية الاقتـــصادية والاجتماعية والصحية اللازمة لأعضائها وعن الاهتمام بإرساء تقاليد المهنة وآدابها، بمواجهة المحاولات المتكررة من السلطة لتقيـــيد الـــصحافة والنيل من استقلال النقابة بدءاً من محاولات القصر في عام ١٩٥١م وحتى إسقاط القانون ٩٣ لسنة ١٩٩٥م.

وتجـــد الـــنقابة صعوبة حقيقية- لابد من تفهمها- في تطبيق ميثاق الشرف الصحفي ومحاسبة المتجاوزين من أعضائها ليس بسبب الاعتبارات الانتخابية، كمـــا يردد البعض أو بسبب ولاء أعضاء مجلس النقابة لفصائل سياسية متنافرة أو متعارضـــة تحـــو دون الاتفاق على سياسة موحدة تجاه هذه التجاوزات، كما يـــردد آخرون، ولكن الحقيقة أن النقابة تجد حرجاً شديداً في معاقبة المتجاوزين

من أعضائها في الوقت الذي يوجد فيه ستاً وأربعين جريمة يمكن أن يحال الصحفي بمقتضاها إلى المحاكمة أمام محاكم الجنح أو الجنايات أو محاكم أمن الدولة أو المحاكم العسكرية(١٣).

وفي الكثير من هذه الجرائم تنص العقوبة على أحكام سالبة للحرية. وخاصة في قضايا السب والقذف(١٤)، إن إلغاء هذه القوانين أو تعديلها بما يستبعد العقوبات السالبة للحرية اكتفاءاً بتعويض المتضرر من النشر، كما هو سائد في كافة الدول الديموقراطية. يفتح الطريق أمام النقابة لكي تفعل دورها في تطبيق ميثاق الشرف الصحفي، ويمكنها من تطبيق اختصاص أصيل لها ينص عليه قانون النقابة وهو "تسوية المنازعات ذات الصلة بالمهنة التي تنشأ بين أعضاء النقابة أو بينهم وبين الهيئات والمؤسسات والدور الصحفية التي يعملون بها"، وكذلك "العمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وآدابها ومبادئها".

وفي الحالات التي تفشل فيها النقابة في التوفيق بين الصحيفة والمتضرر من النشر، من حقه أن يلجأ للقضاء، وفي ظل عدم وجود قوانين سالبة للحرية في قضايا النشر والصحافة فإن أية أحكام تصدر في القضايا ومهما بلغت قيمة التعويض الذي قررته الصحيفة ستكون رادعاً للمتجاوزين، وفي ذات الوقت سوف تنال القبول والاحترام من قبل الرأي العام الوطني والعالمي وسوف تحرم بعض القوى الخارجية من سلاح قوي تشهر به ببلدنا سواء بالحق أو الباطل، كذلك ستحرم بعض المغامرين أو مدعي البطولة من شرف السجن لعدة أشهر في قضايا صحفية سعياً إلى شهرة ومكانة صحفية لا يستحقونها.

[٣]

مجالس الصحافة والإعلام

عـــندما أصـــبحت المـــسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام جزءاً أصيلاً من ديموقـــراطية الإعـــلام، فقـــد ظهرت الحاجة إلى وجود قواعد للسلوك المهني والأخلاقـــي للإعلاميـــين[١٥]، وعـــندما وجدت هذه القواعد أو مواثيق الشرف الإعلامـــية ظهرت الحاجة إلى آليات ومؤسسات تقوم على تطبيق هذه المواثيق ومن هنا ظهرت مجالس الصحافة والإعلام[١٦]، وحين أقيمت هذه المجالس كان هـــدفها أن تشكل ما يشبه محكمة شرف للتأديب الذاتي للإعلاميين، كذلك قامت هذه المجالس على فكرة الرقابة الذاتية وذلك على أساس مبدأ ديموقراطي مؤداه أن قواعد السلوك التي ترسبها الغالبية داخل المهنة الإعلامية لابد وأن يحترمها جميع أعضائها[١٧]، ولقد أنشئ أول مجلس للصحافة في السويد في عام ١٩١٦م، وقـــد ظل هذا المجلس حالة فريدة حتى نهاية الحرب العالمية الثانية، حين بدأت تنتـــشر هذه المجالس ولكنها لم تتحول إلى ظاهرة على المستوى الدولي إلا في ستينات وسبعينات القرن العشرين.

وقد تم إنشاء مجالس الصحافة والإعلام بطرق مختلفة، حيث جاءت المبادرة بإنشاء عدد كبير من المجالس من جانب الإعلاميين نفسهم، وفي حالات أخرى جـــاء إنشاؤها من قبل الحكومات أو المجالس التشريعية، ويوجد الآن عدد كبير من مجالس الصحافة والإعلام، وهي تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

الأول: مجـــالس تنـــشئها الحكـــومات وتضم ممثلين للحكومة ويرأسها الوزير المعنى.

الثاني: مجالس ذات تمثيل مشترك من ملاك وسائل الإعلام والإعلاميين، وإلى هذا النوع تنتمي مجالس الصحافة والإعلام في كل من اليابان (١٩٤٧م) وألمانيا (١٩٥٦م) وجنوب أفريقيا (١٩٢م) والنمسا (١٩٦٣م) والدانمارك (١٩٦٤م) وإيطاليا (١٩٦٥م) وتايوان (١٩٧٤م) وسويسرا (١٩٧٧م).

الـــثالث: مجـــالس ذات تمثيل مشترك يضم ملاك وسائل الإعلام والإعلاميون والجمهور، وينتمي إلى هذا النوع، مجالس الصحافة والإعلام في كل من انجلترا (١٩٤٦م) وهولندا (١٩٦٠م) وفنلندا (١٩٦٨م) والسويد (١٩٦٩ م) وكندا (١٩٧١م) ونيوزلندا (١٩٧٢م) والولايات المتحـــدة الأمريكيـــة (١٩٧١م) والبرتغال (١٩٧٥م) واستراليا (١٩٦٧م) ومصر (١٩٧٥م).

ومـــازال الخـــلاف قائماً في عدد كبير من البلدان حول دور وأهمية مجالس الصحافة أو المجالس الإعلامية الأخرى التي تنشئها وسائل الإعلام مثل مجالس الإذاعة أو مجالس التليفزيون أو مجالس الإعلام المسموع والمرئي وغير ذلك، فالبعض يعتقد بأن هذه المجالس أجهزة للسيطرة الحكومية، والبعض الآخر يرى أن هـــذه تتعرض لخطر سيطرة أقطاب الصحافة ووسائل الإعلام عندما يقبلون الانضمام إليها ويحولونها إلى مجرد أداة للدفاع عن مصالحهم وليس عن المهنة والـــبعض الآخـــر يرى أن هذه المجالس نظراً لتشكيلها ومواردها المحدودة لا تـــستطيع أن تؤثـــر فـــي الحكومات، كما أنها غالباً تعجز عن إلزام المؤسسات الصحفية أو الإعلامية الكبرى بما تتخذه من قرارات أو توصيات.

ورغـــم ذلـــك كله فإن الاتجاه الغالب في معظم دول العالم أن إنشاء مجالس الـــصحافة ووســـائل الإعـــلام جعل فكرة المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام موجـــودة وتكسب أنصاراً جدد كل فترة وأن الكثيرين من يأملون في أن الآثار

التـــراكمية لممارســـات هـــذه المجالس، ستزيد من قناعة أبناء المهن الصحفية والإعلامـــية بأهمـــية هـــذه المجـــالس وضرورتها للدفاع عن أخلاقيات المهنة الإعلامية ورسالتها(١٨).

ويقدم لنا المجلس الأعلى للصحافة في مصر نموذجاً للكيفية التي تم بها إنشاء مجلـــس للـــصحافة في دولة عربية ومن الدول النامية، وكيفية تطورها، وكيف ارتبط هذا التطور بتطور النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي في مصر.

إن تجربة المجلس الأعلى للصحافة في مصر، مثلها مثل أي تجربة اجتماعية حـــية، نـــشأت وتطورت انعكاساً للواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في مـــصر، مـــنذ إنشاء أول مجلس للصحافة منذ أكثر من ثلث قرن وحتى صدور التشكيل الأخير للمجلس.

وقـــد مـــرت تجـــربة المجلس بثلاثة مراحل عكست كل مرحلة منها طبيعة الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مصر.

أولاً: المرحلة الأولى (١٩٧٥ـ ١٩٨٢م):

بـــدأت هذه المرحلة في ١١ مارس ١٩٧٥م بصدور قرار جمهوري بإنشاء المجلـــس الأعلـــى للـــصحافة، وقد تم ذلك بعد انتصار مصر في حرب أكتوبر ١٩٧٣م بـــنحو عامـــين تقـــريباً، وكان من الطبيعي أن يعقب الانتصار انفتاح سياسي نحو الديموقراطية، وذلك بعد أن ساد الفترة التي سبقت الحرب شعار "لا صوت يعلو على صوت المعركة".

ومن الملاحظات الملفتة أنه بعد أربعة أشهر فقط من حرب أكتوبر ١٩٧٣م، رفعـــت الـــرقابة على برقيات الصحفيين الأجانب، وتم أيضاً إلغاء الرقابة على جمـــيع الصحف الأجنبية في ١٨ مارس ١٩٧٤م، كما شهدت نفس الفترة عودة العديـــد من الكتاب والصحفيين الذين أبعدوا عن الكتابة في فترة سابقة، وحدثت

انفــراجة في حرية الرأي والتعبير وعادت أبواب "بريد القراء" لتظهر من جديد فـــي الــصحف المصرية، وتوج هذا التطور بصدور القرار الجمهوري بتشكيل المجلس الأعلى للصحافة في ١١ مارس ١٩٧٥م.

ويمكن أن نستخلص أهم ملامح تجربة هذا المجلس في النقاط التالية:

١- ضـــم المجلــس في عضويته وكيل مجلس الشعب ونقيب الصحفيين وأحد مستــشاري محكمـــة الاستئناف، وثلاثة من رؤساء المؤسسات الصحفية ورؤســاء التحريــر وثلاثـــة من المشتغلين بالمسائل العامة وعميد كلية الإعلام واثنين من أعضاء نقابة الصحفيين وثلاثة من الصحفيين ممن تقل مدد اشتغالهم بالمهنة عن ١٥ عاماً يرشحهم مجلس النقابة ورئيس النقابة العامة للطباعة والنشر.

وقـــد ظهــر الطابع الرسمي واضحاً على تشكيل المجلس، فقد أصدر قرار تــشكيله الــرئيس أنور السادات بوصفه رئيساً للاتحاد الاشتراكي العربي، وهو التنظــيم السياسي الوحيد في البلاد في ذلك الوقت، ورأس المجلس الأمين العام الأول للاتحـــاد الاشتراكي، كما ضم المجلس في عضويته وزير الإعلام وأمين الدعوة والفكر بالاتحاد الاشتراكي.

٢- شـــملت اختصاصات المجلس العديد من الجوانب التي تتفق إلى حد كبير مـــع اختصاصات مجالس الصحافة في النظم الديموقراطية، ومنها ضمان حقـــوق الصحفيين في التعبير عن قضايا المجتمع، وأن للمجلس الحق في النظـــر فيما ينسب إلى المؤسسات الصحفية من مخالفات لميثاق الشرف الــصحفي، وفـــي هـــذه الحالة يطلب من نقابة الصحفيين النظر في أمر الــصحفي المخالف واتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة، كما أن للمجلس النظـــر فـــي الأمور المتعلقة بضمان الحقوق المقررة للصحفيين مع عدم الإخلال بالنصوص الواردة في قانون نقابة الصحفيين بشأن التأديب وحل

المنازعات، وكان هذا اعترافاً من المجلس بأن للنقابة وحدها الحق الأصيل في تأديب أعضائها.

ولكن الأمر اختلف بصدور القانون رقم ٢٣ لسنة ١٩٧٨ بشأن حماية الجبهة الداخلية والسلام الاجتماعي الذي أعطى في مادته التاسعة للمجلس الأعلى للصحافة الحق في اتخاذ الإجراءات التأديبية ضد الصحفيين.

٣- تضمنت اختصاصات المجلس بعض الجوانب التي لا تدخل عادة في اختصاصات مجالس الصحافة باعتبارها تنظيماً ذاتياً للمهنة، مثل وضع ميثاق الشرف الصحفي ورغم ذلك فالذي قام فعلاً بوضع هذا الميثاق في يوليو ١٩٧٥م هو المؤتمر القومي للاتحاد الاشتراكي.

ومن هذه الاختصاصات أيضاً وضع اللوائح المنظمة للعمل داخل المؤسسات الصحفية، كوضع لائحة لأجور الصحفيين، وقد أصدر المجلس بالفعل هذه اللائحة في ٢٥ أبريل ١٩٧٦م واعترض عليها الصحفيون وطالبت النقابة بإعادة بحثها.

ومن هذه الاختصاصات أيضاً إصدار تراخيص الصحف، والترخيص بالعمل في الصحافة.

٤- لقد نشأ المجلس الأعلى للصحافة مع بداية التحول في مصر من النظام الشمولي إلى النظام الديموقراطي، وكأي مرحلة تحول، فقد اختلطت فيها بعض سمات المجتمع الشمولي مع بعض سمات المجتمع الديموقراطي، لذلك فقد كان من الطبيعي أن تحمل التجربة الأولى للمجلس (١٩٧٥-١٩٨٢م) من سمات الشمولية أكثر مما تحمل من سمات الديموقراطية.

ثانياً: المرحلة الثانية (١٩٨٢- ١٩٩٨م):

تبدأ هذه المرحلة بصدور قرار جمهوري بإعادة تشكيل المجلس الأعلى

للصحافة في ١٩٨٢م، وقد عكست نصوصه الكثير من ملامح التطور السياسي والاجتماعي والاقتصادي في مصر في الفترة التي سبقت صدوره، حيث كان قد تم إلغاء التنظيم السياسي الوحيد بالبلاد (الاتحاد الاشتراكي) والسماح بوجود ما ســـمي بالمنابـــر التي سرعان ما سمح لها بأن تتحول إلى أحزاب سياسية، وقد رافــق ذلك انفتاح سياسي واقتصادي وارتبط بهما انفتاح إعلامي مواز، وحدثت تغييــرات جذريـــة فـــي كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، حيث تمتعت الــصحافة المــصرية بمزيد من الحرية، أخذت تتزايد بالتدريج، فقد أدى ظهور الأحزاب السياسية إلى السماح للأحزاب بإصدار الصحف التي تعبر عنها، ووجد في مصر لأول مرة منذ أحداث مارس ١٩٥٤م، (حيث ألغيت بعد هذه الأحداث كافة الصحف الحزبية في مصر) وبشكل شرعي صحف حزبية معارضة تجسد الرأي الآخر.

وصدر قانون جديد للصحافة وهو القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الــصحافة، الذي قنن شرعية الصحافة الحزبية ونقل ملكية الصحف القومية من الاتحـــاد الاشـــتراكي الـــذي تم إلغاؤه إلى مجلس الشورى، الذي تم إنشاؤه في ١٩٨٠م.

وهـــذا المجلـــس هو أطول المجالس عمراً فقد استمر لنحو ستة عشر عاماً، ويمكن أن نستخلص أهم ملامح تجربته في النقاط التالية:

١- تم تشكيل المجلس تنفيذاً لقانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م، وقـــد سبق صدور هذا القانون بعض التعديلات الدستورية وأهمها إنشاء مجلـــس الـــشورى الذي نقلت إليه ملكية الصحف القومية، وقد خصص قانـــون ســـلطة الـــصحافة الباب الرابع منه لبيان طبيعة المجلس الأعلى للصحافة وتشكيله واختصاصاته، كما خصص له الباب الثاني من اللائحة التنفيذية للقانون، وكان أبرز ما أضافه هذا القانون تحديده لطبيعة المجلس

باعتبـاره: "هيئة مستقلة قائمة بذاتها تقوم على شئون الصحافة بما يحقق حريتها واستقلالها وقيامها بممارسة سلطاتها في إطار المقومات الأساسية للمجتمع، وبما يكفل الحفاظ على الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي، وبما يؤكد فاعليتها في ضمان حق المواطن في المعرفة والاتصال".

وبذلك فقد قام المجلس على ذات المبدأ الذي تقوم عليه الصحافة في النظم الديموقراطية.

٢- تخلصت عضوية المجلس إلى حد كبير من الطابع الرسمي الذي غلب على تشكيل المجلس الأول، إذ يرأس المجلس رئيس مجلس الشورى، وهو مجلس شبه تشريعي ينتخب ثلثي أعضائه، بعد أن كان يرأسه الأمين الأول للاتحاد الاشتراكي وهو التنظيم السياسي الوحيد الذي كان قائماً وقت إنشاء المجلس الأول.

ويضم المجلس في عضويته رؤساء مجالس إدارات المؤسسات الصحفية القومية، ورؤساء تحرير الصحف القومية (على أن تمثل كل مؤسسة بواحد فقط في حالة تعددهم ويختاره مجلس إدارة المؤسسة)، وضم المجلس لأول مرة رؤساء تحرير الصحف الحزبية (وإذا تعددت صحف الحزب الواحد، يختار الحزب رئيس التحرير الذي يمثله)، ويضم المجلس أيضاً نقيب الصحفيين ورئيس مجلس إدارة وكالة أنباء الشرق الأوسط ورئيس نقابة العاملين بالصحافة والطباعة والنشر ورئيس مجلس إدارة الشركة القومية للتوزيع أو أحد خبراء التوزيع الصحفي، ورئيس اتحاد الكتاب، وعدد من الشخصيات العامة المهتمة بشئون الصحافة على ألا يزيد عددهم عن الأعضاء المذكورين في الفقرات السابقة واثنان من المشتغلين بالقانون، ويلاحظ أن المجلس لم يضم في عضويته سوى ممثلين اثنين فقط يشغلان مناصب حكومية وهما رئيس الهيئة العامة للاستعلامات ورئيس مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون، وهكذا يلاحظ

اتساع قاعدة تمثيل الصحفيين والشخصيات العامة وتضاؤل التمثيل الحكومي بالمجلس عما كان عليه في تشكيل المجلس الأول.

٣- تشابهت العديد من اختصاصات هذا المجلس مع المجلس الأول، وخاصة في مجالات إصدار تراخيص الصحف، وإبداء الرأي في مشروعات القوانين التي تنظم شئون الصحافة، وحماية الصحف وكفالة حقوق الصحفيين وضمان أدائهم لواجباتهم وإقرار ميثاق الشرف الصحفي والقواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه، وضمان حد أدنى مناسب لأجور الصحفيين والعاملين بالمؤسسات الصحفية والتنسيق بين الصحف في المجالات الاقتصادية والإدارية.

ولكن القانون أوجد للمجلس الجديد اختصاصات أخرى مخالفة لما جاء في اختصاصات المجلس السابق، ومنها أنه بعد أن كان ضمن اختصاصات المجلس الأول الترخيص للصحفيين بالعمل في الصحافة، إذ بالمجلس الجديد يقتصر دوره فقط في الأذن للصحفي بالعمل في الصحف الأجنبية داخل مصر أو خارجها.

وقد كان من اختصاص المجلس الأول دعم المؤسسات الصحفية، ولكن تم توسيع هذا الاختصاص في المجلس الثاني ليكون له اتخاذ ما من شأنه دعم الصحافة المصرية وتنميتها وتطويرها، وبذلك شمل الاختصاص المؤسسات الصحفية القومية وغيرها من الصحف الحزبية التي لم تكن قائمة وقت صدور قرار إنشاء المجلس الأول.

٤- اعترف المجلس الأول بالحق الأصيل للنقابة في تأديب أعضائها، ولكن قانون سلطة الصحافة أعطى المجلس الجديد في المادة ٤٥ منه مشاركة النقابة اختصاصها الأصيل في تأديب أعضائها، حيث نصت هذه المادة: "مع عدم الإخلال بحق إقامة الدعوى المدنية والجنائية أو السياسية يكون

للمجلس في حالة مخالفة الصحفي للواجبات المنصوص عليها في هذا القانون أو قانون نقابة الصحفيين أو ميثاق الشرف الصحفي، أن يشكل لجنة للتحقيق تتكون من ثلاثة من أعضائه من بينهم أحد الصحفيين والعضوين القانونيين، وتكون رئاسة اللجنة لأقدم العضويين القانونين، وفي حالة توافر الدلائل الكافية على ثبوت الواقعة المنسوبة للصحفي، يكون لرئيس لجنة التحقيق تحريك الدعوى التأديبية أمام الهيئة المنصوص عليها في قانون نقابة الصحفيين، ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمام الهيئة التأديبية".

٥- في حين كان من اختصاص المجلس الأول "وضع" ميثاق الشرف الصحفي ومتابعة تنفيذه، فإن اختصاص المجلس الثاني أصبح "إقرار" ميثاق الشرف الصحفي، وهو ما تم بالفعل في مارس ١٩٨٣م.

وبالنسبة لاختصاص المجلس بضمان احترام الميثاق وتنفيذه فإن الأمر اقتصر في التجربة العملية على إصدار تقارير دورية عن الممارسة الصحفية بدءاً من عام ١٩٨٥م، ولكن تأثير هذه التقارير كان غير مؤثر بسبب عدم نشرها على الرأي العام.

٦- ركز المجلس في تجربته الثانية على تنفيذ البند الثاني من المادة ٤٤ من قانون سلطة الصحافة والذي أعطى للمجلس: "اتخاذ كل ما من شأنه دعم الصحافة المصرية وتنميتها وتطويرها بما يساير التقدم العلمي الحديث في مجالات الصحافة"، وقام المجلس بالفعل بتنظيم العديد من المؤتمرات والندوات حول قضايا تطوير الصحافة الإقليمية، والممارسة الديموقراطية ودورها في تطوير الصحافة، كما أقام المجلس عدداً من الدورات التدريبية للصحفيين شملت العديد من التخصصات الصحفية، كذلك أنشأ المجلس مركزاً للمعلومات ووفر له قاعدة بيانات كاملة عن أوضاع

الصحافة في مصر والعالم، وأنشأ المجلس صندوقاً لدعم الصحف واستخدم الدعم لرفع الحد الأدنى للأجور وللإنفاق على المراجع ولدعم مكافأة نهاية الخدمة للعاملين بالصحافة، وقام المجلس بإعداد لائحة نموذجية للشئون الإدارية والمالية للمؤسسات الصحفية. وهكذا يمكن القول بأن التجربة الثانية للمجلس الأعلى للصحافة (١٩٨٢- ١٩٩٨م)، قد حملت من سمات الديموقراطية أكثر مما حملت من سمات الشمولية.

ثالثاً: **المرحلة الثالثة** (١٩٩٨م-):

تبدأ هذه المرحلة بصدور قرار تشكيل المجلس في ١٩٩٨م، وهو مستمر بتشكيله الجديد حتى الآن، وهذه التجربة الأخيرة للمجلس تعكس بوضوح طبيعة المتغيرات المحلية والإقليمية والدولية، وخاصة ثورتي الاتصال والمعلومات ودورهما في تزايد مساحة الديموقراطية والحرية الإعلامية والصحفية في دول العالم الثاني والثالث.

وبالنسبة لمصر فقد شهدت في هذه الفترة نمواً ملحوظاً في مساحة الديموقراطية السياسية مما انعكس بدوره على تزايد مساحة الحريات الصحفية، وقد تجسد ذلك في رفض الصحفيين المصريين للقانون رقم ٩٣ لسنة ١٩٩٥م ونجاحهم في إصدار القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ الذي عبر عن جانب كبير من رغباتهم وإن لم يلبي كل طموحاتهم، وتنفيذاً لهذا القانون صدر القرار الجمهوري بتشكيل المجلس الأعلى للصحافة في ١٩٩٨م.

ويمكن أن نستخلص أهم ملامح تجربة هذا المجلس في النقاط التالية:

١- تخلصت عضوية المجلس تماماً من الطابع الرسمي، حيث خلا تشكيله من أي ممثل للأجهزة الحكومية، وإن ضم المجلس رئيس الهيئة العامة للاستعلامات ولكن ليس بصفته الوظيفية، وإنما اختير ضمن الشخصيات العامة المهتمة بشئون الصحافة.

ولـم تقتـصر عـضوية المجلس على نقيب الصحفيين كما كان الشأن في المجلسين السابقين، وإنما أضيف إليه أربعة من نقباء الصحفيين السابقين، وكذلك تـم نفـس الأمر مع رئيس النقابة العامة للعاملين بالصحافة والطباعة والإعلام والنشر، إذ أضيف معه أربعة من الرؤساء السابقين للنقابة أو من أعضاء النقابة.

وضم المجلس الجديد اثنان من أساتذة الصحافة بالجامعات المصرية في حين كان المجلس السابق يخلو من هذا النص، ومازال ينقص المجلس تمثيل الصحف الخاصة، وهو أمر لابد من تداركه في أسرع وقت.

٢- أصبح للمجلس الجديد اختصاص واضح ومحدد في "النظر في شكاوي الأفـراد ضد الصحافة أو الصحفيين فيما يتعلق بالتزام الصحافة بآداب وسـلوكياتها أو فيما ينشر ماساً بحقوق الأفراد أو حياتهم الخاصة، في حـين كان هذا الاختصاص غير محدد في المجلس السابق، وتم إنشاء لجـنة بـالمجلس لتلقـي شـكاوي المواطنين بشأن تصحيح ما ينشر بالصحف.

٣- إعمـالاً للفقـرة العاشرة من المادة رقم ٧٠ من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بـشأن تنظـيم الصحافة والتي تنص على أن من اختصاصات المجلس إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي تعده نقابة الصحفيين، فقد وافق المجلس بجلسته المنعقدة في ٢٦ مارس ١٩٩٨ على إصدار ميثاق الـشرف الـصحفي الذي أعدته نقابة الصحفيين، وهكذا أرسى المجلس قاعدة هامة وهي أن ميثاق الشرف الصحفي يصاغ بشكل اختياري من قـبل الـصحفيين أعـضاء النقابة وموافقتهم عليه من خلال جمعيتهم العمومية.

٤- أكـد القانون ٩٦ لسنة ١٩٩٦ اختصاص نقابة الصحفيين الأصيل في تأديـب أعضائها بحيث يتوقف دور المجلس الأعلى للصحافة عند حد

إخطـــار نقابـــة الصحفيين بما يكون قد وقع من أحد الصحفيين أعضاء النقابة، مخالفاً لقواعد وآداب المهنة أو ميثاق الشرف الصحفي، ويكون للنقابة بعد ذلك اتخاذ الإجراءات التي تراها مناسبة ضد هذا الصحفي، وبذلك اتسق دور المجلس مع مجالس الصحافة في النظم الديموقراطية.

٥- مـــن أهم الاختصاصات التي منحها القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة للمجلس الأعلى للصحافة في تشكيله الثالث، ما جاء في الفقـــرة الحاديـــة عـــشرة من المادة ٧٠ وهي: "متابعة وتقييم ما تنشره الصحف وإصدار تقارير دورية عن مدى التزامها بآداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي، وتلتزم الصحف بنشر تلك التقارير".

وكان المجلس السابق يقوم تنفيذاً لاختصاصه بإقرار ميثاق الشرف الصحفي ووضع القواعد الكفيلة بضمان احترامه وتنفيذه، بإصدار تقارير دورية للممارسة الـــصحفية، إلا أنها لم تكن تنشر على الرأي العام مما أضعف من تأثيرها، لذلك جـــاء الـــنص الواضح في القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بضرورة نشر التقارير ليعطي لهذا التقرير الدوري تأثيراً فعالاً في تطوير الممارسة الصحفية.

وقد وافق المجلس في جلسته المنعقدة في ٢٦ مارس ١٩٩٨ على إنشاء لجنة فـــرعية مـــن عـــدد من أعضائه للإشراف على إصدار التقرير، وقامت اللجنة مـــستعينة بعـــدد كبير من الباحثين وأساتذة الصحافة بإعداد تقارير شهرية عن الممارســـة الـــصحفية، وعرضت على المجلس ووافق عليها بعد مناقشتها وتم نـــشرها في الصحف، وكما كان متوقعاً، فقد أحدث النشر تأثيراً إيجابياً تمثل في الانخفـــاض التدريجي في نسبة المخالفات لميثاق الشرف الصحفي وآداب المهنة التي تقع من بعض الصحف.

وهكـــذا يتضح لنا أن فكرة إنشاء مجالس للصحافة في الدول الديموقراطية، جاءت من قبل الصحفيين أنفسهم، لذلك ظهرت هذه المجالس بعيداً عن الحكومة،

ومارست متابعة أخلاقية ومهنية، وعملت على إيجاد توازن بين مصالح المجتمع ومصالح الصحف والصحفيين، بحيث كان لها الحق في محاسبة الصحف المتجاوزة وفرض تعويضات للمتضررين من هذه التجاوزات ألزمت الصحف بأدائها بشكل طوعي، بحيث أصبحت هذه المجالس بديلاً عن القضاء في كثير من القضايا والنزاعات التي نشأت بين الصحف والمواطنين(١٩).

أما المجلس الأعلى للصحافة في مصر، فقد نشأ، شأنه في ذلك شأن الكثير من مجالس الصحافة التي أنشئت في الدول السلطوية، وكان الهدف الحقيقي وراء إنشاؤه إيجاد إليه جديدة لتنظيم الصحافة والسيطرة عليها بعد رفض نقابة الصحفيين ضبط حركة النقد الصحفي الموجه ضد السلطة.

ولكن المجلس شهد تغييرات وتعديلات جذرية منذ إنشاؤه في عام ١٩٧٥ وحتى اليوم بحيث نستطيع أن نلمس وبوضوح غلبة السمات الديموقراطية على السمات السلطوية، وأن المجلس في ثوبه الحالي يقترب مما هو قائم من مجالس صحفية في النظم الديموقراطية، ولكي يستكمل المجلس الأعلى للصحافة سماته الديموقراطية، عليه أن يتخلى تماماً عن أية علاقة مباشرة أو غير مباشرة بأي سلطة أخرى خارجة، سواء سلطة تنفيذية أو تشريعية، فقد حدث تطور في مفهوم السلطة في المجتمع الديموقراطي الحديث، ولم تعد قاصرة على السلطات الثلاث التقليدية: التنفيذية والتشريعية والقضاية، وإنما امتد المفهوم ليشمل كافة القوى التي تمارس دوراً مباشراً أو غير مباشر في اتخاذ القرار مثل الأحزاب السياسية والرأي العام ومنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام ولأن الصحافة أصبحت سلطة، فلم يعد مقبولاً أن تخضع لسيطرة سلطة أخرى سواء كانت تشريعية أو شبه تشريعية مثل مجلس الشورى، ولابد أن يتم تشكيل المجلس كاملاً من أبناء المهنة الصحفية بالإضافة إلى ممثلين لقوى المجتمع المدني والرأي العام، وأن يتضمن تشكيلة كافة أنواع الصحف في مصر بحيث لا

يقتصر، كما هو الآن على ممثلين للصحف القومية والحزبية وإنما يجب أن يضم ممثلين للصحف الخاصة والصحف المحلية وصحف المجتمع المدني والصحف الصادرة بلغات أجنبية وقد يمتد ليحتضن بعض ممثلي الصحافة الاليكترونية.

وأن يعطي له الحق في محاسبة المتجاوزين من الصحف والصحفيين وفرض التعويضات المناسبة للمتضررين من هذه التجاوزات يدفعها ناشري هذه الصحف بالإضافة إلى إلزام الصحف بنشر التصويبات المناسبة لما سبق لها نشره بدون تدقيق أو تم نشره بشكل يمثل قذفاً أو سيادة أو إهانة أو تحقيراً أو تشهيراً لأي فرد أو مجموعة من المواطنين.

في مقابل ذلك وبالتوازن معه لابد من التفكير جدياً في إعادة النظر في كافة القوانين السالبة للحرية في قضايا النشر والصحافة والإعلام، والاكتفاء بالتعويض المناسب للمتضررين وبالمستوى الذي يمثل ردعاً حقيقياً للمتجاوزين، وهو أمر يتمشى مع الاتجاهات السائدة الآن في التشريعات الصحفية والإعلامية بالدول الديموقراطية.

هوامش الفصل الرابع

(1) Good. Howard: Journalism Ethics Goes to the Movies. Rowan and Littlefield. U. S. A., 2008. p. p. 214- 218.

(2) Butsch. Richard: The citizen Audience. Routledge press. New York. 2008. p. p. 123- 127.

(3) Meier. Wener: Media Policy in Europe. International specialized Book service. 2007- p. p., 73- 78.

(4) Besley. Hohn: Media Use and Human Val Ues. Journalism and Mass Communication quarterly. Summer 2008., p. p., 311- 330.

(5) Mark. Chris: Globalization and Nationalism. Cambridge Press. U. K., 2007, p. p. 322- 327.

(6) Mccullagh. Ciaran: Media Power, A sociological Introduction. Palgrava., 2002, p. p. 76- 78.

(7) Watson. James: Media Communication. A Introduction to theory and process. Macmillan Press. London. 1999., p. p. 32- 37.

(8) Patterson. Philip and Wikins. Lee: Media Ethcis, Issues and Cases. Brown publishers M. S. A., 1991- p. p. 92- 96.

(9) Holmes. David: Communication theory, Media, Technoogy and Society. SAGE publications. London. New Delhi. 2005., P. p. 7- 11.

(10) Christians. Cifford and Facker. Mark: Media Ethics: Cases and Moral Reasoning. 8th Edition. COmbridge Press. U. K. 2008. p. p., 82- 86.

(11) Lee. Patrick: Media Ethics Key principles for responsible practice Sage publications. London, 2008. 123- 127.

وماكلوهان. مارشال: الإعلام والمجتمع- اليونسكو- صـــ ٥٠٨.

(١٢) المجلس الأعلى للصحافة: ميثاق الشرف الصحفي- ١٩٩٨.

(١٣) المجلس الأعلى للصحافة: القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م.

(١٤) عبد المجيد. ليلى: التشريعات الإعلامية- صـــ ١٩٥.

(١٥) الأسيوطي. حمدي: السب والقذف وحرية الرأي والتعبير- الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان- القاهرة- ٢٠٠٧- صـــ٢٢- ٨٥.

(16) Day. Louis: Ethics in Media Communications Oxford University Press. London. New York. 2002. P. p., 18- 22.

(17) Hornaday, Bill: Contemporary Media Ethics. Columbia University Press. New York- 2006, p. p. 220- 228.

(18)Jacquette. Dale: Journalistic Ethics- Mit Press. U.S.A., 2006, p. p., 132- 137.

وماكلوهان. مارشال: الإعلام والمجتمع صـــ ٥١٦.

(19) Charles. Mary: Media Ethics and Society: University of Minnesota Press. U. S. A., 2002, p. p., 212- 220.

(20) Williams. Kevin: Understanding Media Theory., P. P. 90- 93.

الفصل الخامس

الديموقراطية وخصخصة الإعلام

[١]

العلاقة بين الملكية والديموقراطية

أن نمـــط ملكية وسائل الإعلام في أي مجتمع يرتبط بطبيعة النظام السياسي والاقتـــصادي القـــائم في هذا المجتمع، ورغم تعدد أنماط ملكية وسائل الإعلام وتـــنوعها بفعـــل تعـــدد النظم السياسية والاقتصادية وتنوعها، إلا إننا يمكن أن نحـــصر ملكـــية وســـائل الإعـــلام في نمطين رئيسين: الملكية الفردية لوسائل الإعـــلام، والملكية العامة لهذه الوسائل[١]، وقد ارتبطت الملكية الفردية بالنظام الرأسمالي في حين ارتبطت الملكية العامة بالنظام الاشتراكي[٢].

وبالطـــبع وجـــدت استثناءات في بعض المجتمعات، وعبر مراحل تاريخية مختلفة، ولكنها جميعا لانكسر القاعدة.

وقـــد عـــرفت بعـــض المجتمعات أشكالا وألوانا مختلفة من النظم السياسية والاقتـــصادية في مراحل متعددة من تطورها لا يمكن تصنيفها، ففيها بعض من ســـمات النظم الرأسمالية، وفيها سمات أخري من النظم الاشتراكية، كما أن هذه الـــسمات تتبدل وتتغير من فترة إلي أخري وفق ما يحدث من تطورات سياسية واقتصادية، وكذلك فقد تجاورت أنماط مختلفة لملكية وسائل الإعلام في المجتمع الـــواحد، بحيث وجدت الملكية العامة لبعض الوسائل جنباً إلي جنب مع الملكية الخاصة[٣].

ومـــن المهم أن تعترف بأن ديموقراطية الإعلام ترتبط اليوم كما كانت دائما

فـــي الماضي بنمط ملكية وسائل الإعلام[٤]، وقد ظهرت مؤلفات غير قليلة بعد انهـــيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية في مطلع تسعينات القرن الماضـــي، تحاول الربط بين الملكية العامة لوسائل الإعلام وافتقاد هذه الوسائل للديموقـــراطية[٥] حيث أدي التطبيق العملي لنمط الملكية العامة لوسائل الإعلام في المجتمعات الاشتراكية إلي إخضـاع هذه الوسائل للسيطرة الحكومية المباشرة أو لتحكم الأحزاب الحاكمة وحدها، وهو الأمر الذي حرم بقية أفراد المجتمع من حقهـــم الطبيعي في الإعلام[٦] وقد كثر في أدبيات هذه الفترة الربط بين الملكية العامـــة لوسائل الإعلام وغياب الديموقراطية[٧]، وتكاملت هذه الرؤية في العديد من الأدبيات مع محاولة الربط بين نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام ووجود الديموقـــراطية[٨]، وهـــذا الربط يقوم علي أساس أن حق الفرد في الإعلام حق طبيعي، ولكي يمارس الفرد هذا الحق لابد لوسائل الإعلام أن تتعدد وتتنوع دون أيـــة قيود، إن ديموقراطية الإعلام تتطلب تعدد وسائل الإعلام وتنوع اتجاهاتها ممـــا يتـــيح للفرد الاطلاع علي كافة الأفكار والاتجاهات وبالتالي يتيح له حق الاختـــيار بـــين هـــذه الأفكار والاتجاهات، واتساقاً مع ذلك فإن لكل فرد أو أية جماعـــة الحق في إن تصدر أو تبث ما تشاء من وسائل الإعلام ما دامت قادرة علي ذلك ودون حاجة إلي ربط هذا الحق بتصريح أو موافقة السلطة الحاكمة[٩]، وهو ما بمعني إن ديموقراطية وسائل الإعلام رهن بإطلاق حق الملكية الفردية لهذه الوسائل[١٠].

ولكـــن التجارب التاريخية لتطور نمط ملكية وسائل الإعلام تؤكد إن الملكية الفردية لوسائل الإعلان لم تكن في كافة الأحوال شرطا أو مظهرا لديموقراطية الإعـــلام، ففـــي الكثيـــر من الأنظمة السلطوية في العالم سمح بالملكية الفردية لوســـائل الإعلام، ولكن ظل قيام هذه الوسائل واستمرارها رهن برغبة السلطة، وفـــي مقابل سماح السلطة لبعض الإفراد يحق تملك وسائل الإعلام فقد أوجدت لهـــا حقـــوقا تـــوازن بها هذا الحق، مثل إلزام الأفراد بضرورة الحصول علي

ترخيص حكومي بإصدار وسائل الإعلام، ومثل حق الحكومة في فرض الرقابة علـــي مـــا تنشره أو تذيعه، ومثل حق الحكومة في وضع القوانين التي تعاقب وســـائل الإعـــلام في حالة ما إذا خالفت هذه القواعد وقد يصل العقاب التي حد إغلاق الوسيلة الإعلامية أو حبس الإعلاميين المخالفين.

ونستخلص مما سبق أن الملكية الفردية لوسائل الإعلام ليست في كل الأحوال مؤشـــرا علـــي تمـــتع هذه الوسائل بالحرية، وعلينا أن نلاحظ أن ملكية الدولة لوســـائل الإعـــلام ليـــست في كل الأحوال مؤشرا علي انعدام الحرية في هذه الوســـائل، ففـــي الكثيـــر من الدول الديموقراطية ظلت وسائل الإعلام الإذاعية والتليفـــزيونية ملـــك للدولـــة وحـــدها، وعندما سمح للقطاع الخاص بحق البث الإذاعـــي والتليفزيونـــي لم يترتب علي ذلك الغاء ملكية الدولة لجانب كبير من الإعـــلام الإذاعـــي التلفزيوني، وعلي سبيل المثال فإن هيئة الإذاعة البريطانية (B.B.C) مازالـــت مملـــوكة للدولة وكذلك اتحاد الإذاعة والتلفزيون الفرنسي والأمـــر كـــذلك في معظم دول غرب أوربا، ثم انضمت إلي القائمة معظم دول شـــرق أوربا بعد أن تخلصت من النظام الاشتراكي، والأمر ذاته بوجد في عدد غيـــر قليل من الدول الديموقراطية خارج أوربا كما هو الشأن في كندا واليابان واســـتراليا والهـــند وجـــنوب أفريقيا وقد وجدت الملكية العامة لوسائل الإعلام الإذاعـــي والتليفزيونـــي في الدول الديموقراطية لاعتبارات فنية ترتبط بتوزيع الترددات الإذاعية بين الدول علي النطاق العالمي.

ولكـــن الأمر تميز في هذه المجتمعات الديموقراطية بمتغيرين رئيسين أولهما السماح منذ فترة مبكرة للقطاع الخاص بالتواجد في هذا المجال والثاني أن هذه المجـــتمعات أوجدت قوانين وأعراف تضمن استغلال هذه الوسائل وحمايتها من التدخل الحكومي، وهو استقلال مبني علي التفرقة الصارمة بين الدولة والحكومة فالدولـــة تمثل المواطنين جميعاً بينما الحكومة تمثل حزباً أو أكثر من المواطنين

والدولـــة دائمـــة في حين أن الحكومة متغيرة، وبناء علي ذلك فإن ملكية الدولة لوســـائل الإعلام الإذاعي والتليفزيوني لا يتطلب بالضرورة الأشراف الحكومي المباشر علي هذه الوسائل.

ويلاحـــظ أن غالبـــية محطـــات الإذاعـــة والتليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية ومعظم دول أمريكا اللاتينية محطات تجارية ذات ملكية خاصة، وتقوم الدولة بدور السلطة التنظيمية عن طريق إصدار التراخيص والاحتفاظ بدرجات مختلفة من الأشراف علي عمليات التشغيل، وتفرض اللجنة الاتحادية للاتصالات فـــي الـــولايات المتحدة عدد من القواعد العامة، وتملك حق إلغاء أو عدم تجديد التـــرخيص للمحطـــة الإذاعية أو التلفزيونية، وهو حق نادرا ما يستخدم، وعلي المـــستوي الدولـــي نجد اليوم مجالا واسعا من أنماط الملكية يبدأ من المشروع الخـــاص علـــي الطـــريقة الأمريكية إلي نظام الهيئة التابعة للدولة ولكنها تتمتع باســـتقلال ذاتي وهو النظام الشائع في أوربا، حتى نصل إلي الملكية الحكومية وهو النظام الذي كان متبعا في الدول الاشتراكية سابقا ومازال ساريا في العديد من الدول الأفريقية وتسم من آسيا وفي الغالبية العظمى من البلدان العربية.

ومن الملاحظ أنه مع التطور في تكنولوجيا الاتصال بدأت الفروق بين أنماط الملكـــية تفقـــد ملامحها فهناك محطات تجارية للراديو التلفزيون تقوم جنبا إلي جـــنب مع الهيئات العامة، كذلك كان إدخال التليفزيون الكابلي أدي إلي إضفاء مزيد من التنوع علي نظم الملكية والأشراف.

وبالنـــسبة للصحف فالغالبية العظمى منها بكافة الدول الديموقراطية صحف خاصـــة، يملكهـــا أفراد أو شركات أو تديرها أحزاب سياسية أو مؤسسات غير حكومـــية، وفـــي المراحل الأولي من نشأة الصحافة الخاصة، غلب عليها طابع ملكية الأفراد، غير أن التطور أدي إلي ظهور الملكيات المشتركة لمجموعة من الأفـــراد، وملكـــيات الـــشركة المساهمة، ثم ظهرت بعد ذلك الشركات الكبرى

المالكـــة لعدد كبير من الصحف أو ما سمي بالسلاسل الصحفية أو المجموعات الـــصحفية، وقـــد ظهـــرت المؤسسات الصحفية الضخمة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وألمانيا، وتحول بعضها إلي مؤسسات كبري مالكة لعـــدد كبير من الصحف ثم توسعت بعد ذلك وضمت العديد من محطات الراديو والتليفزيون واستديوهات السينما والمسارح.

وقـــد وجهـــت العديـــد من الانتقادات إلي السلاسل الإعلامية الكبرى بسبب تهديدها لحرية الإعلام، حيث يتاح لملاك هذه السلاسل قدرة كبري علي توجيه الـــرأي العام وفق انتماءاتهم الفكرية ومصالحهم فضلا عن أن التركيز يحد من حـــرية التعبير داخل هذه المؤسسات، كما ينتقص من الموضوعية، وهو الأمر الـــذي يؤثـــر علـــي حرية التعبير في المجتمع كله بفعل ما تملكه هذه السلاسل الكبرى من قدرة علي المنافسة والسيطرة علي سوق التوزيع والإعلان مما يهدد وجـــود الـــصحف الأخرى وخاصة الصغيرة، وهو ما يحول دون وجود منابر مـــتعددة للرأي مما دفع عدد أمن الدول الديموقراطية إلي التفكير في إدخال بنود في الدستور تمنع قيام الاحتكارات في الإعلام(١١).

ولكـــل هـــذه الأســـباب ســـعت بعـــض المجتمعات الديموقراطية إلي تقديم المساعدات للصحف الصغيرة لتشجيعها في مواجهة منافسة المؤسسات الكبرى، وقـــد اتخـــذت مساعدات الدولة صور مختلفة منها الإعفاءات الضريبية التي لا تتمـــتع بها الصناعات الأخرى، وتخفيض التعريفات المخصصة للبريد والهاتف وضـــمان حـــصول هذه الصحف علي إعلانات من الحكومة ودعم أسعار ورق الـــصحف، وعلـــي الرغم من أن وسائل الإعلام بشكل علم ترتاب من التدخل الحكومـــي فـــي شئونها فقد أدت الرغبة في الاحتفاظ بالتنوع عن طريق الإبقاء علـــي وســـائل الإعلام الضعيفة إلي النظر في برامج متنوعة تحصل بموجبها الـــصحف المحتاجة علي منح مباشرة من الدولة في سبع دول أوربية من الدول

العريقة في الديموقراطية وفي التطبيق العملي لم تشكل هذه المساعدات أية قيود علي حرية هذه الصحف في انتقاد الحكومة(١٢).

وفـــي الـــسنوات الأخيرة طرحت أفكار تطالب بإشراك الصحفيين في ملكية مؤســـساتهم وخصوصا بعد نجاح تجربة مشاركة صحفيين في صحفية (لوموند) الفرنـــسية في ملكية صحيفتهم وتتزايد الدعوات حاليا في العالم لتمليك الصحف إلـــي مؤســـسات مـــساهمة تباع أسهمها للأفراد وتحديد نسبة مساهمة الفرد في الملكـــية علـــي أن تـــدار هذه الصحف بواسطة مجالس يشارك فيها الصحفيين والإفراد والهيئات المعبرة عن الرأي العام.

هـــناك مؤشـــرات قوية لتطور نظم ملكية وسائل الإعلام في دول العالم منذ بداية العقد الأخير من القرن العشرين وهي ترجع في الأساس إلي شيوع الاتجاه نحـــو الديموقراطية ذات التعددية الحزبية في هذه المجتمعات، ففي أغلب الدول الإفـــريقية ظهـــرت مؤســـسات صحفية خاصة، أما بالنسبة للراديو والتليفزيون فمـــازال يـــسود نظام التبعية المباشرة للدولة، وفي السنوات الأخيرة بدأ السماح للقطاع الخاص بالاستثمار في مجال الراديو والتليفزيون بالفعل في نيجيريا، وفي الـــدول الآســـيوية تتعدد نظم ملكية وسائل الإعلام بسبب تباين النظم السياسية والاقتـــصادية، حـــيث تـــوجد صحف تملكها الدولة بشكل مباشر أو عن طريق الأحـــزاب الحاكمـــة، وهناك أيضا نظام المنظمات الإذاعية والتليفزيونية العامة علـــي غرار نظام B.B.C، وخاصة في الدول التي كانت مستعمرات بريطانية مـــثل الهند وباكستان وماليزيا، ومع ذلك فإن بعض هذه الدول – مثل ماليزيا – أصـــبحت تـــسمح للقطـــاع الخاص بتملك محطات الراديو والتليفزيون لمقاومة طـــوفان الشبكات الفضائية الآسيوية، وفي سريلانكا ونيبال بدأ السماح بامتلاك القطاع الخاص لمحطات راديو وتليفزيون وطنية .

وفـــي دول أوروبا الشرقية وروسيا الاتحادية تحولت معظم الصحف العامة

إلـــي صـــحف خاصــــة، واختفي بعضها من الوجود، وقد وصل الأمر إلي حد الـــسماح لـــبعض المجمـــوعات الرأسمالية الغربية بتملك بعض هذه الصحف، وبالنـــسبة للراديو والتليفزيون فما زالت توجد بعض الأنظمة العامة، ولكن سمح بالـــنظم الخاصــــة، إلا أن الأخيرة تعاني من متاعب مالية لانخفاض دخلها من الإعلان وهو ما يهدد قدرتها علي البقاء.

وفـــي دول أمـــريكا اللاتينية أصبح طابع الملكية الخاصة يغلب علي وسائل الإعـــلام، وهي عادة ملكية أسرية أو فردية وتسمي بملكية "البارونات". وتلعب الحكـــومات الآن دورا محـــدوداً للغايـــة فـــي ملكـــية وإدارة الـــنظم الإذاعية والتليفزيونية، وخاصة بالنسبة للخدمات المقدمة لسكان المناطق النائية والتي لا تغري المصالح التجارية بخدمتها.

ولا بـــد مـــن الاعتـــراف بأن الطابع التجاري أصبح يسيطر علي كثير من عملـــيات الاتـــصال والإعـــلام، ممـــا يؤثـــر علـــي حق المواطنين في إعلام ديموقراطـــي، ذلـــك إن الكثير من الأنشطة الإعلامية يعتبر اليوم من الأنشطة الـــتجارية فـــي الصحافة والكتب، والأفلام والمسلسلات والتسجيلات والبرامج الإذاعـــية والتليفـــزيونية والمعلـــومات، وتحولت أيضا إلي سلعة تجارية. ومن الـــصعب أن يوجد في اقتصاديات السوق كثير من الأنشطة التجارية التي تعادل فـــي نمـــوها ذلك التوسع الضخم في صناعة الإعلام والمعلومات، في السنوات الأخيـــرة، بمـــا حققته من بلايين الدولارات من عائد مبيعات الإنتاج الإعلامي والترفيهي، وبما لها من ميزانيات الإعلانات المتزايدة[٦٣].

لقد أصبح مضمون الاتصال- وهو يشكل جانبا كبيرا من المعرفة الإنسانية- يقدم كسلعة تجارية يتم تسويقها وبيعها كأي سلعة أخري، وهدفها إرضاء النزعة الاســـتهلاكية للجمهـــور، وذلـــك بديلا عن مفهوم (الخدمة العامة)، وهي نتيجة طبيعية لعملية التسويق إلي تتحكم في أنشطة المنتجين الإعلاميين، كما هو الشأن

فـــي أي مشروع تجاري، إذ تعد المبيعات والأرباح اعتبارات أساسية في تفكير أولئك الذين يتخذون القرارات الخاصة بإنتاج الصحف والكتب والبرامج الإذاعية والتليفــزيونية، والأفــلام الـــسينمائية والعــروض المسرحية ومعارض الفنون التشكيلية، بغية مواجهة منافسيهم والقدرة علي البقاء في نهاية الأمر[١٤].

إن المعلــومات والأخــبار أصـــبحت إنتاجا تجاريا، ففي التغطية الإخبارية المحلية مثلاً، هناك أنباء هامة كثيرة عن الريف يجري إغفالها كي يفسح المجال لأنباء أخري، هامة أو تافهة، تتعلق بأحداث حضرية ونشاطات خاصة بالصفوة، ولمــثل هــذه التشوهات ما يناظرها في التدفق الدولي للأنباء، ذلك أنه تمضي أحــداث وقــضايا هامـــة دون أن تتم تغطيتها، وخاصة تلك الأنباء الواردة من مناطق لا يألفها القارئ أو المستمع أو المشاهد، لصالح أنباء أقل أهمية ترد من الدول الصناعية المتقدمة، وتعبر عن أصحاب المصالح الاقتصادية الكبرى. ومن ثم فمن المؤكد أن مراعاة السوق والاعتبارات التجارية وراء كثير من التشوهات في المضمون الإعلامي.

ولكـــل المظاهـــر السلبية السابقة، ارتفعت أصوات غير قليلة في المجتمعات الصناعية المتقدمة تطالب بالحد من تأثير السوق والطابع التجاري على الإنتاج الإعلامـــي لمـــا تشكله من أخطار على الممارسة الديموقراطية، ولضمان حق المواطنـــين في معرفة صحيحة وموضوعية، وقدمت اقتراحات من بينها النظر فـــي إمكـــان تغيير أنماط التمويل القائمة حالياً لوسائل الإعلام التجارية، بهدف تعديل الدور النسبي لكل من حجم الإعلانات والضرائب والحوافز المالية والدعم المالـــي، من أجل تأكيد الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتدعيم دورها في توفير المعلومات لأكبر عدد من المواطنين تدعيماً للممارسة الديموقراطية.

[٢]

ملكية وسائل الإعلام في مصر

ظلـــت غالبية الصحف حتى نهاية الحرب العالمية الثانية في مصر في أيدي منـــشآت عائلـــية فهناك آل زيدان الذين يملكون دار الهلال وآل أمين في أخبار الـــيوم، وآل تكلا في الأهرام وآل أبو الفتح في المصري وآل دياب في الجهاد وآل حمزة في البلاغ وفاطمة اليوسف في روز اليوسف.

وفـــي عـــام ١٩٥٥ انتقلت دار أخبار اليوم من منشأة فردية إلى شركة ذات مسئولية محدودة وأصبحت لكل من دار الهلال والأهرام شركة مساهمة محدودة لا يخـــرج عدد المساهمين فيها عن نطاق أفراد العائلة وبعض كبار العاملين بها ممـــن تربطهم بأصحاب الجريدة صلة قوية في حين ظلت روز اليوسف منشأة فـــردية، أمـــا دار التحرير للطباعة والنشر فقد أنشأت في عام ١٩٥٣م من قبل هيـــئة التحريـــر التي تحولت بعد ذلك إلى الاتحاد القومي ثم الاتحاد الاشتراكي وكانـــت تـــضم شـــركة الإعلانات الشرقية وشركة الإعلانات المصرية وكلها شركات مساهمة بالإضافة إلى جريدة الجمهورية.

وقـــد ظلـــت هذه الأوضاع قائمة حتى صدور قانون تنظيم الصحافة في ٢٣ مايو ١٩٦٠ وانتقلت بموجبه هذه الدور الصحفية إلى الاتحاد القومي ثم الاتحاد الاشـــتراكي وهو التنظيم السياسي الوحيد بالبلاد وبذلك ظهر نمط الملكية العامة للصحف والتي سميت بالصحف القومية[٥٠].

لقـــد نـــشأت المؤسسات الصحفية القومية مع صدور قانون ١٩٦٠ والخاص بتنظيم الصحافة، حيث آل إلى الاتحاد القومي عام ١٩٦٠ ثم الاتحاد الاشتراكي عـــام ١٩٦٤ كـــل من المؤسسات التي كان يملكها أفراد، وهي الأهرام، أخبار الـــيوم، روز اليوسف، دار الهلال، دار المعارف، وفي نفس الوقت كانت الثورة قـــد أنـــشأت عـــدة مؤسسات أخرى آلت أيضاً إلى الاتحاد القومي، ثم الاتحاد الاشتراكي وهي: دار التحرير، ودار التعاون.

وكـــان يتـــبع وزارة الإرشاد (الإعلام) فيما بعد مؤسستان هما: وكالة أنباء الـــشرق الأوسط، والشركة القومية للتوزيع، والتي أصبحت في فترة الثمانينات مؤسسة دار الشعب، وهي تمثل أصول جريدة المصري سابقاً.

وقـــد آلت هذه المؤسسات العشر جميعاً إلى مجلس الشورى بصدور القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م بشأن سلطة الصحافة.

وتكشف الممارسات الفعلية لتجربة هذه المؤسسات ما يقرب من خمسين عاماً أن ملكـــية الدولـــة لهـــا تعكس سيطرة على وسائل الإعلام لم تعد تتناسب مع متغيـــرات الحياة السياسية في السنوات الأخيرة خاصة وأن هناك أوضاعاً سلبية متراكمة تتطلب سرعة مواجهتها.

إن هـــذه المؤسسات في ظل أسلوب إدارتها الحالي، والذي يتمثل في اختيار الدولـــة لقيادات هذه المؤسسات وإطلاق السلطة لهم في تسيير شئونها، قد أدى إلى تدهور على المستوى المهني والاقتصادي لهذه المؤسسات، خاصة مع نشأة التعددية الصحفية في مصر بظهور الصحافة الحزبية ثم الصحف الخاصة، مما أوضح تباينات كثيرة في الأداء الصحفي.

كـــذلك فقـــد تـــراكمت الديون على هذه المؤسسات، حيث أغفلت خضوعها لـــضريبة الأرباح التجارية والصناعية في أعقاب صدور قانون تنظيم الصحافة عام ١٩٦٠، حتى حسمت الجمعية العمومية للقسم الاستشاري للفتوى والتشريع

بمجلس الدولة هذا الجدل في سبتمبر ١٩٦٧، بخضوع هذه المؤسسات لهذه الضريبة، باعتبار أن نشاط المؤسسات الصحفية يقصد به تحقيق ربح يساعد على غرض إنشائها.

وكان الرئيس جمال عبد الناصر قد أصدر قراراً جمهورياً بإعفاء هذه المؤسسات من أداء ما لم يسدد من هذه الضرائب المستحقة عليها حتى ١٢/٣١/ ١٩٦٨م، إلا أن هذه المؤسسات استمرت في إهمال تسديد هذه الضرائب، مما أدى إلى تراكمها، إضافة إلى فوائد تأخيرها، وهو ما لا يجوز الإعفاء منه إلا بنص قانوني جديد، وبالتالي فإن من واجب هذه المؤسسات تسديد عدة مليارات من الجنيهات تمثل قيمة هذه الضرائب وفوائدها.

وهناك أيضاً تراكم لضريبة الدمغة على الإعلانات والتي كان يتم تسديدها نسبياً إلى أن تضاعفت إلى نسبة ٣٦% عام ١٩٨٧، مما أدى إلى امتناع هذه المؤسسات عن توريدها رغم تحصيلها من المعلنين.

وقد فرض تحديث المؤسسات الصحفية لقطاعاتها المختلفة في: التحرير والطباعة والتوزيع والإعلان والإدارة العامة إنفاقاً ضخماً بلغ مئات الملايين من الجنيهات تم اقتراضها من البنوك كي لا تتخلف هذه المؤسسات عن مواكبة العصر وتطوراته التكنولوجية، وأدت هذه المديونيات وفوائدها إلى أن أصبحت تمثل عبئاً ثقيلاً على هذه المؤسسات.

وفي ظل المشاكل الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع المصري، ومن بينها مضاعفة سعر العملات الأجنبية، وضعف القدرة الشرائية للمواطن، وضعف الموارد المالية للمنشآت المعلنة، انعكس ذلك كله على إيرادات المؤسسات الصحفية، بسبب زيادة الإنفاق على احتياجات الطباعة، وضعف إيرادات التوزيع، وكذلك الإعلان الذي أصبح يتم تحصيل إيراداته بالتقسيط الذي يصل

إلى ست سنوات في بعض المؤسسات، بل وبلغ الأمر إلى اعتباره ديوناً معدومة لدى بعضها، وهو ما أدى إلى ضعف إيرادات المؤسسات الصحفية إجمالاً.

وقد أدى التزام المؤسسات الصحفية القومية بتنفيذ القرارات الخاصة بالعلاوات الاجتماعية السنوية للعاملين إلى إنفاق هذه المؤسسات لمبالغ وصلت إلى مائة مليون جنيه على أقل تقدير لكل مؤسسة على مدى السنوات العشر الأخيرة.

كما أدى عدم تفعيل دور الجهات الرقابية ممثلة في الجمعيات العمومية والجهاز المركزي للمحاسبات ومجلس الشورى، إلى انفراد قيادات المؤسسات الصحفية، مستندة إلى مكانتها السياسية، بسياسات عشوائية أدت إلى تعاظم الإنفاق غير المخطط، وإلى هدر في الإمكانات، مما انعكس سلباً على الأداء المهني، فأصبحت الصحافة مجرد وظيفة، بعد أن كانت مهنة تتطلب الكفاءة والخبرة والموهبة، خاصة في فترات ما قبل ظهور صحف منافسة من جانب الأحزاب والشركات المساهمة الخاصة.

وقد أدى تعاظم هذه المشاكل وتراكمها، وفي ظل الدعوة إلى الإصلاح السياسي إلى ضرورة النظر في إصلاح هذه المؤسسات وإعادة النظر في شكل ملكيتها.

لم يكن الإعلام المصري بعيداً عن التأثر بالمتغيرات التي يشهدها النظام الإعلامي الدولي مع بداية العقد الحالي، بل تعايش مها، ولبي بعض مطالبها، وهو ما يمكن أن نرصده في مجال الصحافة من خلال إصدار قانون جديد للصحافة في ٣٠ يونيو ١٩٩٦، وهو القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ الذي حل مكان قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠، والقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦- وفي الباب الثاني منه تكفل برسم طريقة إصدار الصحف، حيث أباح

حــرية إصدارها للأحزاب السياسية والأشخاص الاعتبارية الخاصة، فقرر أنها مكفولة في حدود القانون.

ووضــع القانــون قــيداً مالياً على الأشخاص الاعتبارية الخاصة (فيما عدا الأحــزاب السياسية والنقابات والاتحادات) بأن تتخذ شكل تعاونيات أو شركات مساهمة، على أن تكون الأسهم جميعها في الحالتين اسمية، ومملوكة للمصريين وحدهم، وأن لا يقل رأسمال الشركة المدفوع عن مليون جنيه إذا كانت يومية، و ٢٥٠ ألــف جنيه إذا كانت أسبوعية، و ١٠٠ ألف جنيه إذا كانت شهرية، وأن يودع رأس المال بالكامل قبل إصدار الصحيفة في أحد البنوك المصرية.

ثــم عــاد القانون وأعطى للمجلس الأعلى للصحافة حق الاستثناء من بعض الشروط سالفة البيان، كما وضع القانون قيداً على ملكية الشخص وأفراد أسرته وأقاربه حتى الدرجة الثانية، واشترط ألا تزيد في رأس مال الشركة على ١٠% منه، ثم فسر الأسرة بأنها الزوج والزوجة والأولاد القصر.

وأجــاز القانــون إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية أو صــحف إقليمــية، واســتثنى القانــون مــن هذه الشروط الصحف والمجلات المتخصــصة التــي تصدرها الجهات العلمية، وكذلك الهيئات التي يتم تحديدها بقرار من المجلس الأعلى للصحافة.

ويعتبر القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ خطوة متقدمة في طريق تحرير عملية إصــدار وملكية الصحف، وقد أضاف هذا القانون ثلاث ميزات لم تكن موجودة فــي قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ وكذلك القانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦، وهي:

١- ســمح القانون الجديد للشخص وأفراد أسرته بملكية ١٠% من رأسمال الصحيفة، في حين أن القانون القديم كان يشترط ألا تزيد نسبة ما يملكه الفرد وأسرته على ٥٠٠ جنيه فقط.

٢- أجـــاز القانـــون الجديد إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شـــهرية أو صـــحف إقليمـــية، وهو ما يؤدي إلى تيسير عملية إصدار وتملك الأفراد لهذه الصحف.

٣- فـــي الـــباب الخامس من القانون الجديد رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، وتحت عـــنوان الأحكام الانتقالية، تنص المادة ٨ على أن "الصحف التي ظلت باقـــية لأصحابها بالتطبيق لحكم المادة ٤٩ من القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بـــشأن ســـلطة الصحافة، تستمر في مباشرة نشاطها حتى وفاة أصـــحابها، ويجـــوز لهـــا خلال ذلك توفيق أوضاعها وفقاً لأحكام هذا القانـــون"، وهكذا منح القانون الجديد الصحف المملوكة للأفراد فرصة توفيق أوضاعها، في حين أن القانون كان يقضي بغلق هذه الصحف بعد وفاة أصحابها.

وبـــرغم الـــتقدم الذي تضمنته أحكام القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ فيما يتعلق بملكية الصحف، فإن لنا عليه ملاحظتين هامتين وهما:

١- الـــسماح للأحزاب السياسية بإصدار ما تشاء من صحف، وإطلاق هذا الأمر أدى إلى أن بعضها قام بذلك من باب المكسب والتجارة، وهو أمر بعيد عن مقصود الشارع.

٢- اشتراط دفع مبالغ مالية طائلة يعتبر أقرب إلى التعجيز، وكأن المشرع يـــرفض إصدار صحف للأفراد، مما جعل البعض يلتف حول القانون بالحـــصول على رخص من دول أجنبية ويطبع في الخارج ويوزع في الداخل، وبعض الصحف أصبح يطبع ويوزع في الداخل، وفي الحالتين فـــإن هذه الصحف تخضع للرقابة باعتبارها صحفاً أجنبية، في حين أنه يملكها ويحررها مصريون.

أمـــا فـــي مجال الراديو والتليفزيون فقد ظل اتحاد الإذاعة والتليفزيون الذي أنـــشئ فـــي ١٣ أغسطس عام ١٩٧٠ بالقرار الجمهوري رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠

ملكية عامة، وذلك برغم ما يتمتع به من استقلال مالي وإداري عن الحكومة، وخاصة أن قانون الاتحاد ينص على أن له أن يتعاقد وأن يجري جميع التصرفات والأعمال المحققة لأغراضه دون التقيد بالنظم مع شركاء آخرين- في المجالات المتصلة بأغراضه، وشراء الشركات أو إدماجها فيه، والدخول في مشروعات مشتركة مع الجهات التي تزاول أعمالاً شبيهة بأعماله، أو التي قد تعاونه على تحقيق أغراضه، سواء في جمهورية مصر أو خارجها، وله حق استثمار أموال الاتحاد في الأوجه التي تتفق مع أغراضه.

ومع بداية التسعينات بدأ الاتحاد يأخذ تدريجياً بفكرة السماح بتملك القطاع الخاص لجزء من أنشطته، حيث قام بإنشاء الشركة المصرية للأخبار C. N. E. كشركة مساهمة مصرية، وسمح للقطاع الخاص المصري بتملك جزء من أسهمها.

وفي يوليو ١٩٩٦، قام الاتحاد بإنشاء الشركة المصرية للأقمار الصناعية التي تقوم بتصنيع وإدارة القمر الصناعي نايل سات، كشركة مساهمة مصرية، ويشارك القطاع الخاص في ملكية نسبة من أسهم الشركة.

وفي أكتوبر ١٩٩٧م قام اتحاد الإذاعة والتليفزيون بإنشاء شركة مدينة الإنتاج الإعلامي بمدينة ٦ أكتوبر على مساحة مليوني متر مربع، وسمح للقطاع الخاص بتملك نسبة من أسهم الشركة.

كذلك فقد سمح للقطاع الخاص يبث عدد من القنوات الفضائية على القمر الصناعي المصري نايل سات١ و نايل سات ٢، وذلك عبر تفسير مرن لقانون اتحاد الإذاعة والتليفزيون، بأنه صدر قبل ظهور البث الفضائي، وبالتالي فلا وجه لتطبيق النص الخاص باحتكار اتحاد الإذاعة والتليفزيون بحق البث الإذاعي والتليفزيوني، على البث الفضائي واقتصار هذا الاحتكار على البث الأرضي فقط.

[٣]

ملكية وسائل الإعلام في الوطن العربي

لقد عرف العالم العربي وسائل الإعلام الجماهيرية في النصف الأول من القرن التاسع عشر، عندما عرف الصحافة، والتي نشأت رسمية أي مملوكة للدولة، فأول صحيفة صدرت في الوطن العربي هي صحيفة "الوقائع المصرية" التي أصدرها محمد علي حاكم مصر في عام ١٨٢٨[١٦]، وكانت منذ بدايتها وحتى الآن (فهي أقدم صحيفة عربية حية) صحيفة رسمية تكتفي بنشر أخبار الدولة وأوامرها وتعليماتها لكبار الموظفين وللجمهور، وذلك لخدمة طموح محمد علي في بناء دولة حديثة[١٧] وكذلك كان الأمر مع بقية الصحف الأولى التي صدرت في بقية أنحاء الوطن العربي، فقد بدأت جميعها صحف رسمية[١٨]، ومنها "المبشر الجزائرية (١٨٤٧م) وحديقة الأخبار، اللبنانية (١٨٥٨م) والرائد، التونسية (١٨٦٠م) وصحيفة سورية (١٨٦٦م)، وصحيفة طرابلس الغرب، الليبية (١٨٦٦م) والزوراء، العراقية (١٨٦٩م)، وصحيفة صنعاء، اليمنية (١٨٧٩م) والغازيتة، السودانية (١٨٩٩م) وصحيفة الحجاز (١٩٠٨م).

ويوجد في العالم العربي الآن ثلاثة أنواع من ملكية، وسائل الإعلام، يقوم النوع الأول منها على الملكية الخاصة، سواء اتخذت هذه الملكية شكل ملكية الأفراد أو الشركات أو المؤسسات الخاصة، وهو النوع الذي يسود النظام الليبرالي، أما النوع الثاني من ملكية وسائل الإعلام، فهو يقوم على الملكية

العامة، سواء اتخذت هذه الملكية شكل الملكية المباشرة للحكومة من خلال المؤسسات والهيئات العامة، أو اتخذت شكل ملكية الحزب الحاكم، وهذا النوع من الملكية العامة هو الذي كان سائداً في الدول الاشتراكية لوسائل الإعلام، أما النوع الثالث من الملكية فهو الذي يقوم على الملكية المختلطة لوسائل الإعلام، أي أنه يسمح بالملكية الخاصة إلى جانب الملكية العامة، وهو النوع الذي يسود النظام السلطوي.

ويوجد نظام إعلامي عربي واحد فقط- وهو النظام اللبناني- يأخذ بمبدأ الملكية الفردية، فالمادة ٣١ من قانون المطبوعات اللبناني والمعدلة بالمرسوم رقم ٢١٤٣ الصادر بتاريخ ١٩٧١/١/٥ لا تمنح رخصة بمطبوعة صحفية إلا:

(أ) للصحفي.

(ب) للشركات الصحفية بمختلف أنواعها المتوفرة فيها الشروط الآتية:

- في شركات الأشخاص والشركات المحدودة المسئولية، يجب أن يكون كامل الشركاء من الجنسية اللبنانية.
- في شركة التوصية المساهمة: يجب أن يكون الشركاء المفوضون من الجنسية اللبنانية وأن تكون كامل الأسهم اسمية مملوكة من أشخاص طبيعيين لبنانيين أو شركات معتبرة لبنانية صرف بحكم القانون الصادر بموجب المرسوم رقم ١١٦١٤ بتاريخ ٤ كانون الثاني ١٩٦٩.
- في الشركات المقفلة: يجب أن تكون كامل الأسهم اسمية مملوكة من أشخاص طبيعيين لبنانيين أو من شركات لبنانية صرف بحكم القانون المذكور في الفقرة أعلاه.
- يحظر التفرع عن الأسهم المذكورة بالفقرتين المشار إليهما أعلاه إلى غير الأشخاص الطبيعيين اللبنانيين أو إلى غير الشركات اللبنانية الصرف[١٩].

ويلاحظ أنه لا توجد في قانون المطبوعات اللبناني أية إشارة إلى الملكية العامة للصحف، أو غيرها من وسائل الإعلام.

وقد عانت الصحافة اللبنانية من أزمة تمويل مستمرة وذلك بسبب ضعف الاقتصاد اللبناني وسيادة نمط الملكية الفردية لمؤسسات الصحافة وكثرة عدد الصحف بالنسبة لدرجة استيعاب السوق المحلية، وإزاء عدم كفاية موارد والتوزيع والإعلان، تلجأ الصحف اللبنانية إلى الحصول على المساعدات المادية والتسهيلات التي تشمل تبرعات مالية وفتح أسواق وإعلانات واشتراكات كبيرة من مختلف الجهات التي تتفق معها في الاتجاه العام أو الموقف السياسي، وخاصة مع عدم وجود رقابة على موارد الصحف، ومن هذه الجهات، أفراد وقوى وأحزاب لبنانية وعربية ودولية، وكذلك بعض الأنظمة العربية، وكان للممول تأثيره الضار على حرية الصحافة، وليس أدل على ذلك من لجوء بعض الصحف إلى تغيير اتجاهها السياسي أثر انقطاع تمويلها من إحدى الجهات أو انتقاله إلى جهة أخرى[٢٠].

وتوجد أنظمة إعلامية عربية تقوم ملكية وسائل الإعلام بها على مبدأ الملكية العامة ومنها: سوريا وليبيا.

ويلاحظ أن الملكية العامة في هذه الأنظمة تتخذ أشكالاً متعددة منها ملكية الدولة، ومنها ملكية الحزب الحاكم أو الأحزاب الحاكمة في حالة وجود جبهة حاكمة تضم مجموعة أحزاب مؤتلفة، كما حدث في سوريا.

ويوجد عدة أنظمة إعلامية عربية تأخذ بمبدأ الملكية المختلطة لوسائل الإعلام، وهي: مصر والسودان والمملكة العربية السعودية والكويت والبحرين وقطر ودولة الإمارات العربية المتحدة وعمان وتونس والمغرب والجزائر واليمن.

وفي هذه الأنظمة يسمح للأفراد وللدولة أيضاً بحق ملكية الصحف فقط في

حين أن ملكية الإذاعة والتليفزيون قاصرة على الدولة. ففي المغرب مثلاً للأحزاب السياسية صحف تعبر عنها، إذ يملك حزب الاستقلال صحيفتان تصدران بمدينة الرباط وهما: العلم وليوبينيون، ولحزب الاتحاد الاشتراكي للقوى الشعبية صحيفة تصدر بالدار البيضاء وهي: المحرر، ولحزب التقدم الاشتراكي للقوى الشعبية صحيفة تصدر في الدار البيضاء وهي: البيان، وإلى جانب الصحف الحزبية هناك الصحف التي يصدرها أفراد مثل جريدتي "لوماتان" و"ماروك سوار"، وفي نفس الوقت فإن الدولة تقوم بإصدار بعض الصحف، حيث يصدر عن وزارة الإعلام منذ عام ١٩٦٣ جريدة (الأنباء).

أما تونس فقد مرت بمرحلتين، الأولى تبدأ مع الاستقلال حيث انفرد الحزب الدستوري بالسلطة منذ عام ١٩٦٣ وسيطر الحزب على غالبية الصحف، واختلفت صحف الأحزاب الأخرى غير المشاركة في الحكم، ولكن مع نهاية السبعينات وبداية الانفتاح الليبرالي في تونس والذي اقترن بالسماح بالتعدد الحزبي، عادت الصحف الحزبية غير المشاركة في السلطة إلى الصدور، وفي نفس الوقت فإن الصحافة التونسية الخاصة لم تنقطع عن الصدور وتمثل مؤسسة الصباح مثالاً على الاستمرارية في إصدار صحيفتي: الصباح ولوطون، أما الراديو والتليفزيون في تونس فقد ظلا ملكاً للدولة وحدها، وتحت الإشراف المباشر للحكومة.

ويلاحظ أن بعض الأنظمة الإعلامية العربية التي تتبنى مبدأ الملكية المختلطة، تسمح بالملكية الخاصة للصحف ولكنها تمنع الأفراد من تملك الصحف مثل قانون المطبوعات المصري.

وقريب من هذا الوضع، قانون المطبوعات السعودي الذي يسمح بالملكية الخاصة للصحف ولكن في شكل مؤسسات صحفية تأخذ شكل الشركات المساهمة، وفي نفس الوقت يمنع الأفراد من تملك الصحف[٢١].

[٤]

مستقبل ملكية وسائل الإعلام

إن النظـــرة المستقبلية لأنماط ملكية وإدارة وسائل الإعلام في مصر والعالم العربـــي لابـــد أن تضع في اعتبارها عدداً من المتغيرات الدولية والمحلية وفي مقدمتها نتائج الثورة الالكترونية في مجالي الاتصالات والمعلومات، حيث حدث تطـــور كبير، وقد تجسد هذا التطور في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال. والمظهر البارز لانفجار المعلومات تمثل في المعالجـــة الآلـــية للمعلـــومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت، أما ثـــورة الاتـــصال فقـــد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام أقمار الاتـــصال الـــصناعية، وبذلك انفتحت أمام الاتصال الدولي آفاق لا حدود لها، ودخلته استثمارات لاحد لها نتج عنها تحول ملحوظ لوسائل الإعلام إلى الطابع المؤسسي الضخم.

وبـــرغم التخوف مما حدث من تحول في ملكية وسائل الإعلام الغربية إلى الطابـــع المؤســـسي الدولـــي الضخم، والخشية من تهديده لحرية التبادل الدولي للأنـــباء والمعلـــومات، إلا أن الـــتدفق الهائل للمعلومات قد وازن بين سيطرة الاحـــتكارات على المؤسسات الإعلامية وبين حرية تبادل الأنباء والمعلومات،

وتبين أن قوة الأنباء والمعلومات على الانتشار تقلل من هيمنة الاحتكارات المالكة لوسائل الإعلام.

وجاء تأكيد هذه الحقيقة جازماً بالتغير الذي حدث في النظام الإعلامي الدولي عقب انهيار الاتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية في بداية التسعينات، حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي إلى الطابع الأحادي، ولا شك أن هذا التغيير قد أثر بعمق على دول العالم الثاني ودول العالم الثالث، حيث أدى إلى إعطاء قدر متزايد من الحريات لوسائل الإعلام في هذه الدول حتى تستطيع أن توائم أوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي الجديد، وهو نظام يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتعددها.

ثم تأكد هذا التحول بالاستثمار الهائل في مجال الإعلام، والذي أصبح يحقق أرباحاً طائلة، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على قدر من جماهيريتها وتأثيرها، بحيث بدأت تتنازل نسبياً عن توجهاتها الثقافية رغبة في الوصول إلى الجماهيرية التي تؤهلها للمنافسة، وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة.

وقد ارتبط بتطور نمط الملكية، بداية انعتاق وسائل الإعلام من سلطة الدولة ورقابتها، كما حدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من (إعلام الحملة) إلى (إعلام السوق).

وقد ترافق مع ذلك كله اتجاه النظام السياسي والاقتصادي إلى التعددية السياسية في العديد من دول العالم ومنها بعض البلدان العربية وتبني اقتصاديات السوق، وتقليص دور القطاع العام في العملية الاقتصادية، وتنظيم دور القطاع

الخـــاص كعنصر أساسي في عملية التنمية، وإصلاح الهياكل التمويلية لشركات قطـــاع الأعمـــال من خلال بيع أصول بعضها وتشجيع الاستثمار والأجنبي من خـــلال إزالـــة المعـــوقات البشرية والإدارية، وإلغاء كافة القوانين والتشريعات المعوقة والمقيدة لحركة الاستثمار، وتشجيع المنظمات غير الحكومية على القيام بدورها في إطار تنمية الجهود التطوعية في المجتمع وتدعيم النشاط الأهلي.

والخلاصـــة أن هناك ارتباط وثيق بين زيادة أو نقص مساحة الديموقراطية الإعلامـــية وبين نمط الملكية السائد في وسائل الإعلام، فكلما اتسع نمط الملكية العامـــة أو الحكومـــية لوســـائل الإعلام، نقصت مساحة الديموقراطية في هذه الوســـائل، وكلمـــا اتـــسع نمـــط الملكية الفردية لوسائل الإعلام، زادت مساحة الديموقراطية في هذه الوسائل.

وهناك العديد من الأمثلة والشواهد التاريخية التي تؤكد هذه الحقيقة سواء في مـــصر أو فـــي غيرها من الدول، وفي مصر مثلاً، ظلت مساحة الديموقراطية محـــدودة فـــي الصحافة المصرية منذ عام ١٨٢٨م عند صدور صحيفة الوقائع المـــصرية وما تلاها من الجرائد والمجلات الرسمية، ولم تبدأ هذه المساحة في الزيادة إلا مع بداية ظهور الصحف الخاصة في عهد الخديوي إسماعيل بصدور جريدة وادي النيل لعبد الله بن أبي السعود كأول جريدة أهلية في عام ١٨٦٧م، وفـــي النـــصف الثاني من القرن العشرين تناقصت مساحة الحرية الصحفية في مصر بعد تحويل الكثير من الصحف الخاصة إلى الملكية العامة وصدور قانون تنظيم الصحافة في عام ١٩٦٠م، ثم عادت مساحة الحرية الصحفية لتتزايد من جديـــد بعـــد السماح للأحزاب بإصدار الصحف في نهاية السبعينيات، والسماح للأشخاص الاعتبارية في الثمانينات والتسعينات بتملك الصحف، وإن اشترط أن تـــتخذ شكل التعاونيات أو الشركات المساهمة، كما أجيز إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية وصحف إقليمية.

ونـــرتب على ما سبق أن مساحة الديموقراطية الصحفية سوف تكتمل عندما يـــتم الاعتراف بحق الأفراد كأشخاص طبيعيين بتملك وإصدار الصحف، وهو الأمـــر الذي يمكن أن يقضي تماماً على ظاهرة الصحف المصرية التي تصدر بتراخيص من الخارج، أو ما يسمى بالصحافة القبرصية.

ومـــن المهم الإشارة إلى خصوصية قضية الملكية في مجال الإعلام الإذاعي والتليفـــزيون، وارتباط ذلك بتوزيع الترددات على المستوى الدولي مما يتطلب أحـــياناً ملكية الدولة لقطاع من الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، كما هو الشأن في انجلترا وفرنسا ومعظم دول غرب أوروبا الليبرالية، أو يتطلب تدخل الدولة في الإشـــراف على تنظيم العمليات الفنية للبث كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي كافة الحالات فهناك فصل كامل بين الملكية والإشراف المباشر، بحـــيث يـــتم ضمان الاستقلال الكامل لهذه الوسائل عن السيطرة الحكومية رغم ملكـــية الدولة لها، مع السماح في الوقت نفسه بوجود الملكية الخاصة في البث الإذاعي والتليفزيوني الأرضي أو الفضائي.

لـــذلك فـــإن توسيع مساحة الحرية الديموقراطية في مجال الإعلام الإذاعي والتليفزيونـــي لا يتطلب إلغاء الملكية العامة في هذا المجال، وإنما يمكن أن تتم مـــع وجود ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتليفزيونية، ووضع آليات وضوابط للتفرقة بين ملكية الدولة لمثل هذه الخدمات وبين سيطرة الحكومة عليها.

ولابـــد مـــن الاعتراف بأن الإعلام المصري حقق خطوات مهمة في طريق الاعتراف للأفراد بحق تملك وسائل الإعلام، حيث سمح كما سبق وأشرنا بحق التعاونيات والشركات المساهمة وشركات التوصية في تملك وإصدار الصحف، كذلك فقد تم السماح للأفراد بالمساهمة في ملكية عدد من المشروعات الإعلامية الكبـــرى التـــي أقامهـــا اتحـــاد الإذاعة والتليفزيون ومنها شركة مدينة الإنتاج الإعلامي والشركة المصرية للأقمار الصناعية وشركة توزيع القنوات الفضائية

المشفرة C. N. E، والشركة التي تنظم حقوق التشفير N. C. N وغيرها، كذلك تــم إنــشاء المــنطقة الإعلامية الحرة بمدينة السادس من أكتوبر، والأخيرة لها مجلــس إدارة يرأسه رئيس هيئة الاستثمار، وهذا المجلس هو الذي يعتمد إنشاء القنوات الفضائية المصرية الخاصة ويسمح للقنوات العربية والدولية بالعمل من خــلال المنطقة الحرة، وهذه المنطقة الحرة تتمتع بالحرية الكاملة دون أي رقابة علــى مــا تبثه هذه القنوات، كذلك يسمح نظام المنطقة الإعلامية الحرة بإنشاء المؤســسات الإعلامــية الخاصة كالمطابع ودور النشر وغيرها من النشاطات الإعلامية الخاصة.

إن تطــور نمــط ملكية وسائل الإعلام في مصر سواء في الصحافة أو في الإذاعة والتليفزيون أو في غيرها من الوسائل الإلكترونية الحديثة يفتح الطريق لمزيد من مشاركة الأفراد في ملكية وسائل الإعلام واتساع مساحة الديموقراطية الإعلامــية إن إطلاق حرية إصدار الصحف وتغيير نمط ملكية الدولة للصحف القومــية إلــى شكل آخر يضمن استقلال هذه الصحف عن السيطرة الحكومية، كذلك فإن تغيير قانون اتحاد الإذاعة والتليفزيون بما يضمن استقلاله الكامل عن الــسيطرة الحكومية مع استمرار ملكية الدولة، وفي ذات الوقت السماح للأفراد بحق البث الإذاعي والتليفزيوني الأرضي والفضائي.

إذا مــا حدث ذلك كله فإن النظام الإعلامي المصري سيكون قد تخلص من كثيــر مــن الــسمات الــسلطوية التــي مــا تزال عالقة بثوبه وتعوق تطوره الديموقراطي.

هوامش الفصل الخامس

1- Alexander. A lison, Dwers. James: Media Economics. Theory and practice. A pelican book. London. 2003. P.p., 137- 142.

2- Kung. Lucy: Strategic Management Media. Holt Rinehart and Winston. New York. 2008. p.p. 72- 75.

3- Holt. Lennifer and Rerren. Alisa: Media Industries. University of Minnesota Press. U. S. 2009. p.p. 216- 219.

4- Finstein. Mara: Media Diversity: Economics, Ownership: Longman. New York. London. 2003- 122- 129.

5- Picard. Robert: Media Economics: Concepts and Issues: A pelican Book. London. P.p. 42- 49.

6- Vogel. Harold: Entertainment Industry Economics. Louisianan state University Press. U. S. A. 2007- p.p. 243- 248.

7- Arran. Alan: Media Management and Economics: Oxford University Press. New York. London. 2005. p.p., 52- 57.

8- Crotean. R. and Hoynes. William: The Business of Media. Holt. Rinehurt and Winston. New York. London. 2005. p.p. 92- 97.

9- Croteau. David: Media Society pine forg press. London. California Second Edition. 2001., p.p. 36- 38.

10- Lorimer. Rowland and Mcnlilty. Jean: Mass Communication in Canada. Oxford University Press. Toronto, New York, Oxford. 1996. p.p. 206. 209.

١١- ماكبـــرايد شـــون: أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصـال والمجتمع اليوم وغداً، اليونسكو، صـــ ١٣٦، ١٣٧، ٢٢٦، ٢٢٧.

12- Williams. Kevin: European Media stubies. Hodder Aroold Press. London. 2006. p.p. 24- 27.

13- Mckhane. Tevenl: Canadian organizational Behaviour. McGraaw. Hill. Foorth Edition. New York. 2004. p. 159.

14- Koontz. Harold and O'Donell. Cyril: Management. Third Edition. McGraw- Hill. London, Tokyo, Sydney. 2008. p.p. 125- 128.

١٥- عبده إبراهيم: تاريخ الوقائع المصرية- مطبقة التوكل- الطبعة الثانية- القاهرة- صـ ١٠٣.

١٦- حمزة عبد اللطيف: أدب المقالة الصحفية في مصر- دار الفكر العربي، الجزء الأول، الطبعة الثانية- القاهرة، صـ ٢٤- ٢٥.

17- Hourani. Albert: Arabic Thought in liberal Age. Oxford University Press. London. P.p. 122- 127.

١٨- المرسوم الاشتراعي رقم (١٠٤) لبنان، الصادر بتاريخ ١٩٧٧/٦/٣٠م.

١٩- النعيمي. حازم: الحرية والصحافة في لبنان، دار العربي للطباعة والنشر- القاهرة-١٩٨٩- صـ٣٠٦.

٢٠- نظام المطبوعات والنشر- المملكة العربية السعودية- الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم ٦٥ بتاريخ ١٤٠٢/٢/٢٣ والمتوج بالمرسوم الملكي رقم م/ ١٧ بتاريخ ١٤٠٢/٤/١٣هـ.

٢١- بطرس. صليب: إدارة الصحف، الهيئة المصرية العامة للكتاب- القاهرة- صـ١٦، ٤٧.

الفصل السادس

ديموقراطية القنوات الفضائية

[١]

من إعلام الحملة إلى إعلام السوق

إن تقيـــيم الـــدور الديموقراطـــي في الإعلام الفضائي لا يمكن فهمه إلا إذا وضـــعنا في اعتبارنا ارتباط هذا الدور بعدد من المتغيرات، التي ألقت بتأثيرها على هذا الدور بأبعاده ودلالاته المتنوعة، وأهم هذه المتغيرات:

١- ثـــورة الاتصال والمعلومات، حيث جرى تطور كبير في الربع الأخير من القرن الماضي، الذي تجسد في ذلك الاندماج الذي تم بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال[١].

كـــان للتزاوج بين تكنولوجيا الحاسب والآلي وأقمار الاتصال الصناعية أثر مـــذهل في تطور وسائل الاتصال الفضائي[٢]، وقد بدأ المعسكر الغربي تجاربه لإطـــلاق الأقمـــار الـــصناعية في عام ١٩٦٠م، عندما استخدم سلاح البحرية الأمريكي القمر الطبيعي كمحطة توسط لإرسال الإشارات والصور بين مدينتي واشـــنطن وجزيرة هاواي، وفي عام ١٩٦٢م أطلقت الولايات المتحدة أول قمر صـــناعي للإتصالات الفضائية وهو قمر تلستار Telstar وعن طريقه تحقق نقل أول برامج تليفزيونية بين الولايات المتحدة وشبكة اليورفيزيون وفي عام ١٩٦٤م، تكـــونت الـــرابطة الدولـــية لأقمـــار الاتـــصال (The International telecommunication satellite Consortium) والمعـــروفة باســـم Intelsate، وضـــمت ١٢ دولة، وأطلقت الرابطة أول قمر صناعي لها باسم early bird في

عــام ١٩٦٥م واستمر العمل به لمدة عام ثم أطلقت الرابطة بعد ذلك عدة أجيال مــن الأقمار الصناعية باسم Intelsat. والرابطة تضم الآن أكثر من مائة دولة، وتغطــي أقمار الإنتلسات كافة أنحاء الكرة الأرضية وتخدم حوالي ١٠٠ محطة أرضية في ٨٠ دولة(٣).

أمــا تجــارب مــا كــان يسمى بالمعسكر الشرقي في مجال إطلاق الأقمار الـصناعية فقد بدأت في عام ١٩٦٠م. عندما تمكن الاتحاد السوفيتي السابق من نقل صور حية لرائد الفضاء الكس ليونيف من مركبة الفضاء Vostocke2 وفي عــام ١٩٦٥م أطلــق الاتحاد السوفيتي أول قمر صناعي باسم موليتا Molniya والذي مكن من الربط بين الاتحاد السوفيتي ودول شرق أوروبا وكوبا منغوليا، وفتحت عضويته لكافة الدول، وهو يشمل أقماراً صناعية تدور حول الأرض كل ١٢ ســاعة متخذة مساراً مرتفعاً مقوس الشكل فوق نصف الكرة الشمالي، يخدم ٤٠ محطــة أرضية، وقد أنشئ هذا النظام لمد خدمات الإرسال التليفزيوني إلى المــناطق النائــية فــي سيبيريا وأسيا الوسطى والتي كان يمكن الوصول إليها بالــشبكات الأرضية بصعوبة بالغة، وبتكاليف باهظة. وقد أصبح بالإمكان بعد ارتباط شبكتي الانترسبوتنك تغطية جميع أنحاء العالم بالإرسال التليفزيوني(٤).

وقد أتاح التطور التكنولوجي إمكانية إرسال البرامج التليفزيونية مباشرة إلى أجهــزة الاستقبال عن طريق الاستعانة بهوائيات خاصة، بعد أن كان البث من الأقمار الصناعية يتطلب وجود محطات الاستقبال الأرضية، وبذلك أصبح إيجاد نظــم تــستخدم الأقمــار الصناعية، التي بمقدورها أن تبث البرامج التليفزيونية لأجهــزة الاســتقبال في البيوت، في نفس اللحظة وفي جميع أنحاء العالم(٥). إن ثلاثــة أقمار صناعية على مساحة ٢٢,٣ ألف ميل فوق الأرض يمكنها الآن أن تغطي الكرة الأرضية بأسرها بالإرسال التليفزيوني الفضائي(٦).

٢- تغييــر النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية إلى هيمنة القطب

الــواحد، وذلــك عقــب انهــيار الاتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية في التــسعينات مــن القــرن الماضي، حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي، الذي يقوم على سيطرة النظامين الإعلاميين: الليبرالي الغربي والاشتراكي الشرقي إلى الطابع الأحادي، الذي يقوم على سيطرة نظام إعلامــي واحد، وهو النظام الإعلامي الغربي الليبرالي، وهيمنة قطب واحد، هو الولايات المتحدة الأمريكية على ذلك النظام(٧).

ومــن المهم التأكيد على أن هذا التغيير قد أثر بعمق على دول العالم الثاني ودول العالم الثالث، حيث أدى إلى إعطاء قدر متزايد من الحرية لوسائل الإعلام فــي هــذه الــدول حتى تستطيع أن توائم أوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامــي الدولي الجديد، وهو نظام يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتعددها(٨).

٣- **ضخ استثمارات هائلة في صناعة الاتصال الإعلام**، التي أصبحت تحقق أرباحــاً طائلــة. وتــزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوســائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المــواد الإعلامــية الاســتهلاكية، بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعــلام العامــة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة، حتى تحــافظ علــى جماهيــريتها وتأثيــرها، بحيث بدأت تتنازل نسبياً عن تــوجهاتها الثقافــية رغــبة في الوصول إلى الجماهيرية، التي تؤهلها للمنافــسة، وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة(٩).

وقــد ارتــبط بــتطور نمط الملكية، بداية انعتاق وسائل الإعلام من سيطرة الحكــومة ورقابتها، كما حدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من (إعلام الحملة) إلى(إعلام السوق)(١٠).

رغم أن القمر الصناعي العربي (عربسات) أطلق في فبراير ١٩٨٥م، معلناً دخـــول العـــرب نادي الأقمار الصناعية، إلا أن الاستفادة من خدمات القمر في الـــبث التليفزيوني الفضائي قد تأخر لأكثر من خمس سنوات بسبب الحساسيات والخلافات بين الدول العربية، حتى قامت مصر باستئجار القناة غزيرة الإشعاع لـــبث أول قـــناة فضائية مصرية في عام ١٩٩٠م، عقب غزو العراق للكويت ووجـــود قوات مصرية في حفر الباطن بالمملكة العربية السعودية، ضمن قوات التحالف استعداداً لتحرير الكويت ولما عرف بحرب الخليج الأولى.

٤- تزايد حدة المنافسة التي يواجهها الإعلام الفضائي من جانب العديد من القـــنوات الفضائية الأجنبية والعربية، وتوقع استمرار هذه المنافسة مع تدفـــق القـــنوات الفـــضائية الجديدة في الظهور على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي المشفرة والمفتوحة[١١].

[٢]

التجربة المصرية في البث الفضائي

تعتبر مصر - تاريخياً - أول دولة عربية تدخل عصر القنوات الفضائية، وقد بـدأ البث الرسمي لهذه القناة التي أطلق عليها "الفضائية المصرية الأولى" Esci فـي ١٢ ديسمبر ١٩٩٠م، وفي سنتها الأولى اكتفت القناة ببث عدد محدود من الساعات ببرامج منتقاة من قنوات التليفزيون المصري الأرضية، ثم بدأت بعد ذلك في إنتاج برامج خاصة بها.

وفـي أول يونيو ١٩٩٦م، بدأ البث الرسمي للقناة الفضائية المصرية الثانية esc2 والتـي بـدأت مـشفرة، ثـم تحولت إلى البث المفتوح بعد إطلاق القمر الصناعي المصري نايل سات.

وفـي ٣١ مايـو ١٩٩٤م كان قد بدأ البث الرسمي لقناة النيل الدولية Nile International T.V بعـد أن ظلـت تبث تجريبياً منذ ٦ أكتوبر ١٩٩٣، ويغلب عليها الطابع الإخباري.

وقـد أطلقـت مصر القمر الصناعي المصري الأول نايل سات في يوم ٢٨ أبـريل ١٩٩٨م واستقر في مداره بنجاح يوم ٧ مايو، وبدء تشغيله في يوم ٣١ مايو من نفس العام، ويغطي (نايل سات١) منطقة الخليج العربي بالكامل وسوريا وليبـيا وتـونس وبقة دول شمال أفريقيا حتى حدود الصحراء الكبرى والساحل الـشمالي الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط، وهو يحمل ٨٤ قناة تليفزيونية من

خلال ١٢ قناة قمرية، وعدد كبير من القنوات الإذاعية، ويصل عمر القمر ما بين ١٢- ١٥ عاماً.

وفي ١٧ أغسطس ٢٠٠٠م أطلقت مصر قمرها الثاني نايل سات ٢ ويصل عمر القمر حوالي ١٦ عاماً، ويقدم الخدمات الإذاعية التليفزيونية والإنترنت والوسائط المتعددة، كما وفر عدداً أكبر من القنوات ويغطي كامل القارة الأوروبية وأجزاء كبيرة من آسيا وأفريقيا.

وقد مكن القمران مصر من تقديم خدمات فضائية للدول العربية والإفريقية والأجنبية، التي ترغب في المشاركة في هذا النشاط الإعلامي والاتصالي، كما يسر ذلك على المواطنين المصريين والعرب استقبال أكبر عدد من القنوات الفضائية، باستخدام أطباق وهوائيات متنوعة الأحجام مما يساهم في خفض تكلفة الاستقبال الفضائي للمواطنين، كذلك أتاح القمر فرصة لإقامة صناعة مصرية في مجال خدمة الأقمار الصناعية والبث الفضائي، حيث يجري تصنيع أجهزة استقبال البث الفضائي في مصر، كما فتح القمر مجالاً واسعاً أمام جيل جديد من المهندسين المصرين للتدريب بالمعاهد المتخصصة في أوروبا وأمريكا على مدى عامين قبل إطلاق القمر، ثم تحول القمر إلى بيت خبرة للتعليم والتدريب المهني في مجال الأقمار الصناعية ولكن أهم ثمار إطلاق القمر الأول والثاني هو ظهور القنوات الفضائية المصرية المتخصصة والقنوات الفضائية المصرية التعليمية، وقد بدأ البث التجريبي لقنوات النيل المتخصصة في ٣١ مايو ١٩٩٨ م، لكنها بدأت البث الفعلي في أكتوبر من نفس العام مع اختلاف زمني بين ظهور كل قناة وأخرى، و تضم القنوات المصرية المتخصصة باتحاد الإذاعة والتليفزيون، وأبرزها قناة النيل للأخبار والدراما والمنوعات والرياضية والأسرة والطفل، والثقافية، والمعلومات المرئية.

أما قنوات النيل التعليمية فهي تبث حوالي ١٠٠ ساعة يومياً، وتضم سبع

قنوات، وهي قناة النيل للتعليم الابتدائي، والإعدادي، والثانوي، والفني، واللغات ومحـــو الأمـــية، وقناة المعارف، وهناك بالإضافة إلى هذه القنوات، قناة النيل للتعلـــيم العالـــي، وقـــناة المـــنار للبحث العلمي، وتطلق وزارة الصحة قناتين فـــضائيتين متخصصتين وهما قناة نفرتيتي وقناة حورس، وقد كانت مصر تبث قـــنواتها الإقليمية الست على القمر الصناعي، وهو أمر آثار الجدل حتى صدر مؤخراً قرار بإيقاف بث القنوات المحلية على القمر الصناعي.

مـــن المعـــروف أن قانـــون اتحاد الإذاعة والتليفزيون يقصر البث الإذاعي والتليفزيونـــي على الاتحاد، لذلك لم تعرف مصر الشبكات الإذاعية أو القنوات التليفـــزيونية الخاصة، مع استثناء فترة قصيرة في بداية القرن الماضي، عندما ظهرت بعض الإذاعات الخاصة التي سرعان ما أغلقت.

وبعد إطلاق القمر الصناعي المصري وجد تفسير مرن لقانون الاتحاد، ذهب إلى أن هذا القانون الذي يحتكر البث الإذاعي والتليفزيوني للدولة ممثلة في اتحاد الإذاعـــة والتليفزيون صدر قبل ظهور تكنولوجيا أقمار الاتصال الصناعية، وما نـــتج عـــنها مـــن قنوات تليفزيونية فضائية، لذلك فهو لا يسري إلا على البث الأرضي فقط.

وبالتالـــي فقد سمح للقطاع الخاص أن يمتلك القنوات الفضائية، وهكذا دخل رأس المـــال المصري الفردي مجال العمل الإعلامي الفضائي، وسمح بظهور قـــنوات فضائية مصرية خاصة، ومنها قناتي دريم الأولى والثانية في ٣١ مايو ٢٠٠١م، وفـــي ذات التاريخ أيضاً ظهرت قناة المحور، وقناة مصر السياحية، التـــي تـــوقفت بعد شهور لأسباب تمويلية، ثم قناة مزيكا الموسيقية، وقناة تميمة للتسويق، ثم ثلاث قنوات باسم ميلودي إحداها للأغاني العربية، والثانية للأغاني الأجنبية وثالثة للأفلام العربية وتبعها عدد آخر من القنوات الخاصة.

إن مـــصر تبث الآن ما يزيد عن ثلاثين قناة فضائية حكومية وخاصة، وهي

متاحة لأعداد تتزايد يوماً بعد يوم من المشاهدين المصريين، وهي ظاهرة تشكل طفـــرة بكـــل معنى الكلمة، ولكنها تطرح في الوقت نفسه العديد من التساؤلات المشروعة، ومنها:

هـــل أحسن الإعلام المصري استخدام هذا الكم الكبير من القنوات الفضائية المصرية؟ وهل نجح في أن يحقق من خلالها عائداً يليق بمكانة مصر وتاريخها الإعلامي؟

إن التقييم الموضوعي لتجربة مصر في الإعلام الفضائي يمكن أن نوجزه في الملاحظات التالية:

١- استلزم الدور المصري في الإعلام الفضائي إقامة بنية تحتية إعلامية، تتمـــشى مع تطور ثورة الاتصال والمعلومات، وكان من أهم ثمار هذا الدور إطلاق القمر الصناعي المصري: نايل سات ١ ونايل سات ٢ وما ارتبط بها من صناعات فضائية تمتد من المحطات الأرضية حتى إنشاء أجهزة الاستقبال المنزلي للقنوات الفضائية، وكذلك إنشاء مدينة الإنتاج الإعلامـــي، واستديوهاتها الحديثة. بالإضافة إلى تحديث الاستديوهات بمبنـــى التليفـــزيون فـــي ماســـبيرو، وما ارتبط بذلك من تطور لكافة تكنولوجيا الإنتاج التليفزيوني سواء في التقديم أو الإعداد أو الإخراج أو التـــصوير أو الديكـــور أو المونتاج أو في الهندسة الإذاعية. ولقد مهد إنـــشاء البنـــية التحتـــية الاتصالية الطريق لاحتضان مصر العديد من القـــنوات الفـــضائية العربية، التي جعلت من القاهرة مقراً رئيسياً لها، كـــذلك فقـــد افتتحت معظم القنوات الفضائية العربية والأجنبية، مكاتب رئيسية لها بالقاهرة، بحيث تحولت القاهرة إلى عاصمة للإنتاج الفضائي في المنطقة العربية.

٢- كذلك استلزم الدور المصري في الإعلام الفضائي إعداد كوادر إعلامية

مدربة، تعرف كيفية التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة، في مختلف التخصصات، الإذاعية والتليفزيونية من خلال معهد الإذاعة والتليفزيون بالإضافة إلى استقدام العديد من الخبراء الإعلاميين الأجانب لنقل الخبرات الحديثة إلى شباب الإعلاميين المصرين، فضلاً عن إرسال عدد من البعثات للخارج وخاصة من المهندسين الإذاعيين للتدريب على التكنولوجيا الاتصالية الحديثة.

ولم يكن غريباً أن يكون جزءاً من الدور المصري في الإعلام الفضائي، قيام الإعلاميين المصريين بالعمل في القنوات الفضائية العربية والأجنبية، بل أن هناك قنوات عربية تكاد تقوم بالكامل على خبرة الكوادر الإعلامية المصرية، ومن النادر أن ترى اليوم قناة فضائية عربية خاصة أو عامة لا تستعين بالإعلاميين المصريين.

٣- لقد ساعد الإعلام الفضائي المصري بمشاركة الإعلام الفضائي العربي على تطوير عدد من الفنون الإذاعية والتليفزيونية، وفي مقدمة هذه الفنون فن الدراما، حيث أصبحت المسلسلات العربية قاسماً مشتركاً في معظم القنوات الفضائية المصرية والعربية وبعد أن كانت مصر لا تنتج قبل ظهور الفضائيات أكثر من عشر مسلسلات في العام، وصل عدد المسلسلات التي أنتجها القطاع العام والخاص المصري في عام ٢٠٠٩ م إلى ما يقرب من مائة مسلسل بلغ رأس المال المستثمر فيها أكثر من نصف مليار جنيه، كذلك حدثت نهضة في مجال الأغنية المصورة (الفيديو كليب)، وزاد عدد المطربين والمطربات والمؤلفين والملحنين وما يرتبط بذلك من صناعات إعلامية وفنية كصناعات شرائط الكاسيت والفيديو وأجهزة التسجيل وغيرها من الصناعات المغذية لهذه الفنون الإعلامية.

٤- يلاحظ كثرة أعداد القنوات الفضائية المصرية، والحكومية بالذات، وهو أمـر غيـر معـتاد فـي أكثر دول العالم بمختلف أنظمتها السياسية، والاهتمام بالكم تقليد مصري قديم في مجال الإعلام، حيث كانت مصر خلال خمسينيات وستينيات القرن الماضي ثالث دولة في عدد الشبكات الإذاعـية بعد الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية، ويتصور البعض أن الكثرة تعني التنوع والتعدد، فزيادة أعداد القنوات الفضائية، لا يوفر التعددية في الإعلام الفضائي، وذلك أن التعددية تعني ضرورة أن يتوفـر لهذه القنوات قدر من التنوع والاستقلال بعضها عن البعض الآخر، فإذا لم يكن الأمر كذلك، فلن يكون التنوع سوى مظهر خارجي فقـط، حيث تتحدث كافة القنوات الفضائية بصوت واحد، وتنادي برأي واحد وإن كثر المعبرون عنه.

وقد أثرت زيادة أعداد القنوات الفضائية، التي أطلقتها مصر على مستوى ما يقـدم في هذه القنوات من برامج وأفلام ومسلسلات وخدمات تليفزيونية أخرى، فالإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة لا تستطيع أن تغطي الاحتياجات الإنتاجية والتـشغيلية والمالـية لهذه القنوات، مما اضطر المسئولين عن هذه القنوات إلى شغل ساعات الإرسال بألوان من البرامج والإنتاج المحلي والأجنبي غير المتميز فضلاً عن التوسع في ساعات البث المفتوح لملئ الساعات في حوارات متكررة.

٥- إن اتحـاد الإذاعـة والتليفزيون الذي يملك القنوات الفضائية المصرية العامـة، جهـاز حكومـي يمـثل ملكـية الدولة في الإعلام الإذاعي والتليفزيونـي، والمعروف أنه إذا كانت ملكية الدولة للصحف مكروهة فـي كافـة الدول الديموقراطية، إلا أن هذه الدول تسمح بملكية الدولة للإعـلام الإذاعـي والتليفزيونـي، إلا أن ملكية الدولة في المجتمعات الديموقراطية لا تعني سيطرة الحكومة على هذا الإعلام، لذلك حرصت القوانـين فـي هـذه الـدول علـى ضمان استقلال الخدمات الإذاعية

والتلفزيونية المملوكة للدولة عن الحكومة، وهو ما نراه في تجربة هيئة الإذاعة البريطانية B. B. C واتحاد الإذاعة والتليفزيون الفرنسي، وفي كافة اتحادات الراديو والتليفزيون في دول غرب أوروبا وفي الهند. ثم امــتد الأمر نفسه إلى دول شرق أوروبا أخيراً، وأعداد تتزايد يوماً بعد يوم في المجتمعات النامية في آسيا وأمريكا الجنوبية بل وفي أفريقيا كما هــو الشأن في دولة جنوب أفريقيا، مع السماح في ذات الوقت للقطاع الخــاص بحــق الــبث الإذاعــي والتليفزيونـــي، وتقوم فلسفة الدول الديموقــراطية فــي هذا الشأن على أن الدولة تمثل المجتمع كله بكافة أحزابه وقواه السياسة والاجتماعية في حين أن الحكومة لا تمثل سوى حزب واحد من المواطنين، ولأن الحكومة متغيرة والدولة دائمة، وجب أن تعــود ملكية وسائل الإعلام الإذاعي التليفزيوني إلى الدولة، أي إلى جميع المواطنين، بحيث لا تستغل لمصلحة حزب واحد من المواطنين، لــذلك تمــتعت كافــة الخــدمات الإذاعية والتليفزيونية في هذه الدول الديموقراطية باستقلال كامل عن الحكومة، وبحرية تامة في تناول كافة قــضايا المجتمع، بل كثيراً ما تختلف بعض الخدمات الإذاعية تلك مع الحكومة مثلما حدث من خلافات بين هيئة الإذاعة البريطانية والحكومة البريطانية أثناء حرب فوكلاند، وأثناء حربي الخليج الأولى والثانية.

فــي مــصر يلاحــظ ضــيق مساحة الحرية المتاح أمام القنوات الفضائية المــصرية، ســواء فــي السياسات والقضايا والمشكلات الداخلية أو العربية أو الدولية، وهو الأمر الذي يحد من تأثير ونفوذ هذه القنوات المصرية في مواجهة قنوات فضائية عربية أخرى تمتعت لأسباب متعددة بمساحة أكبر من الحرية.

إن الــدور المــصري الإعلامــي الفضائي وقدرته على التأثير في المنطقة العربية مرهون بزيادة مساحة الحريات المتاحة للقنوات الفضائية المصرية.

٦- لقـــد كشفت أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة في عام ٢٠٠٨م عن وضـــع غـــريب للفـــضائيات، حيث تبين أن مصر تملك أكبر عدد من الفـــضائيات الحكومـــية والخاصـــة، ولكـــنها جميعاً لا تخاطب سوى المـــصريين في الداخل، أو العاملين منهم في الخارج، ولا توجد لمصر قـــناة فضائية عربية أو دولية تخاطب الشعوب العربية والأجنبية، وأن مـــصر فـــي غمـــرة تمسكها بسياستها الإعلامية القائمة على التضامن العربـــي، ونـــبذ المعارك الإعلامية العربية، تركت المشاهدين العرب فريـــسة لعـــدد محدود من الفضائيات العربية، التي بنت سمعتها على قـــدرتها على نقد الأوضاع العربية، وفي مقدمتها الأوضاع المصرية، وهـــو الأمـــر الـــذي يـــتطلب إعادة النظر في سياسة مصر الإعلامية العـــربية، وأصبح من الضروري وجود قناة فضائية ذات طابع عربي، تخاطـــب كـــل المشاهدين العرب لا المصريين وحدهم. وأن تتمتع هذه الفـــضائية بمساحة كبيرة من الحرية في نقد الأوضاع العربية، ولم يعد مقـــبولاً، أن تبني معظم القنوات الفضائية العربية سمعتها ومصداقيتها علـــى قدرتها على نقد الأوضاع في مصر، في حين تحرم الفضائيات المـــصرية من انتقاد الأوضاع في هذه الدول، وإذا كان من الصعب أن يقوم بهذا الدور فضائية مملوكة للدولة فمن الممكن أن تقوم به فضائية خاصـــة، تـــدعم بشكل مباشر، وغير مباشر من الدولة، كما هو الشأن بالنـــسبة لقناة الجزيرة القطرية أو قناة العربية السعودية، أو قناة العالم الإيرانية، أو قناة الحرة الأمريكية، أو قناة B. B. C البريطانية.

كـــذلك فمن المهم أن توفر لهذه القناة سواء كانت مملوكة للدولة، أو مملوكة للقطـــاع الخـــاص الإمكانـــات المادية والبشرية، التي تمكنها من المنافسة، وفي مقدمـــة هذه الإمكانيات وجود العدد اللازم من المكاتب الخاصة، والمراسلين في كافـــة العواصم العربية والدولية، فمن الأمور اللافتة للانتباه أنه بعد مرور أكثر

من سبعين عاماً على إنشاء الإذاعة المصرية، وما يقرب من خمسين عاماً على إنشاء التليفزيون، ووجود أكثر من أربعين خدمة إذاعية، وثلاثين قناة تليفزيونية أرضـــية وفــضائية ومتخصصة، لا يوجد لاتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري مكــتب خارجي واحد، في أي عاصمة عربية أو دولية، وأن أغلب مراسليه في الخارج ليسوا من كوادره الإعلامية!

٧- إن القــول بوجود قناة فضائية دولية لمصر تتمثل في قناة النيل الدولية Nile T.V International يحتاج إلى مراجعة، وقد بدأ البث الرسمي لهذه القــناة في ٣١ مايو ١٩٩٤م، بعد أن ظلت تبث تجريبياً من ٦ أكتوبر ١٩٩٣، بمعــدل أربــع ساعات يومياً منها ثلاث ساعات بالإنجليزية، وســاعة باللغــة الفرنسية، ثم أخذت تتوسع حتى صارت تبث لمدة ١٥ ساعة يومياً، وأضيف إليها خدمة باللغة العبرية في أول يناير ٢٠٠٢م، إن اكتــساب الطابــع الدولــي لخدمة تليفزيونية ما، رهن بتوفر ثلاثة عوامل:

الأول: انتشارها عبر الحدود والحواجز، التي تفصل بين الدول.

الثاني: البث بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي، أو تقديم خدمات بلغات مــتعددة، تــسمح للفضائية بالوصول إلى مشاهدين خارج نطاق حدودها الوطنية.

الثالث: قوة التأثير خارج الحدود الوطنية، وهي قوة نابعة من عمق المضمون، وتنوع المادة، بما يمكنها من تلبية الاحتياجات الإعلامية للمشاهدين.

ومــن المهم توافر العناصر الثلاثة مجتمعة في القناة الدولية، بحيث إذا فقدت القناة عنصراً، منها فقدت طابعها الدولي.

وإذا ما حاولنا أن نطبق هذا المفهوم على قناة النيل الدولية، لوجدنا أنها تفتقد

إلـى العنـصر الـثالث، المـرتبط بقـوة التأثير، وتلبية الاحتياجات الإعلامية للمشاهدين الأجانب.

وهـناك العديد من الشواهد، التي تؤكد عدم فاعلية هذه القناة ومن المشكوك فـيه تمامـاً وجود مشاهدين أجانب لها في أوروبا وأمريكا، خاصة أن برامجها تعتبـر من الناحية التقنية والفكرية متخلفة كثيراً بالمقارنة بالخدمات التليفزيونية الوطنية في معظم دول أوروبا وأمريكا الشمالية، ويكفي لإدراك هذه الحقيقة أن العـالم العربي لم يستطع حتى الآن أن يبث إذاعة عربية قومية باستثناء إذاعة صـوت العرب في العهد الناصري، التي استطاعت أن تجمع حولها المستمعين العـرب، فـي حين نجحت بعض الدول الغربية في إقامة خدمات إذاعية باللغة العربية، تمكنت من استقطاب الكثير من المستمعين العرب، مثل الخدمة العربية لـصوت أمـريكا، وإذاعـة لندن العربية، وإذاعة مونت كارلو العربية، ثم هل نتـصور عقـلاً أن المـشاهد الأوروبي أو الأمريكي يترك قنواته الوطنية في بريطانيا أو فرنسا أو ألمانيا أو الولايات المتحدة ليشاهد القناة المصرية الموجهة إليه.

إن المـشاهد العربـي يقـبل على القنوات الغربية الدولية مدفوعاً بإحساسه بالنقص الهائل في الخدمات التليفزيونية التي تقدمها محطته الوطنية، سواء كان هـذا النقص راجعاً إلى التخلف التقني، أو القيود السياسية، فهل يعاني المشاهد الغربـي مـن عقـدة نقص مشابهة حتى يهرب من قنواته الوطنية إلى القنوات المصرية الموجهة.

[٣]

التجربة العربية في البث الفضائي

بعد ظهور الفضائية المصرية بفترة قصيرة استأجرت المملكة العربية السعودية في نهاية عام ١٩٩٠م قناتي التليفزيون غزيرتي الإشعاع بالعرب سات وخصصتهم لبث قناتيها المحليتين إلى الفضاء(١٢)، وبذلك كانت قناتيها الفضائيتين ليسا سوى امتداداً لقناتيها الأولى والثانية الأرضيتين، وفي منتصف عام ٢٠٠٤م، أطلقت السعودية قناة (الإخبارية) الفضائية بجانب قناة فضائية رياضية، وأصبح للسعودية أربع قنوات فضائية حكومية، تابعة لوزارة الإعلام السعودية، ويلاحظ أن معظم القنوات الفضائية العربية الحكومية الأولى ظهرت على النحو التي ظهرت به القناتين السعوديتين الأولى والثانية، أي مجرد بث القنوات الأرضية المحلية إلى الفضاء، فقد ظهرت القناة الفضائية الكويتية الأولى في الأول من أكتوبر عام ١٩٩٢ كامتداد للقناة الكويتية الأرضية الأولى، كما تعد القناة الفضائية الكويتية الثانية امتداد للقناة الكويتية الأرضية الثانية، وكذلك كان الشأن مع قناة أبو ظبي الفضائية في عام ١٩٩٦م والفضائية البحرينية في الأول من أكتوبر ١٩٩٦م، والفضائية القطرية في أوائل عام ١٩٩٣، والفضائية العمانية في أوائل عام ١٩٩٣، والفضائية السورية في يونيو ١٩٩٥م، والفضائية اللبنانية في عام ١٩٩٦م، والفضائية الأردنية في فبراير ١٩٩٣م، والفضائية الفلسطينية في ٦ يونيو ١٩٩٤م، والفضائية العراقية في ١٧ يوليو ١٩٩٣م، والفضائية اليمنية في الأول من سبتمبر ١٩٩٦م، والفضائية السودانية في الأول

مـن يونـيو ١٩٩٥م، والفـضائية التونسية في ٧ نوفمبر ١٩٩٢، والفضائية الجزائـرية فـي الأول من أكتوبر ١٩٩٤م، والفضائية المغربية في ٣ مارس ١٩٩٣م، والفـضائية الموريتانـية في الأول من ديسمبر ١٩٩٤م، أما القنوات الفـضائية العـربية الخاصـة فقد بدأت بظهور محطة مركز تليفزيون الشرق الأوسط MBCI التي بثت إرسالها من لندن في ١٨ سبتمبر ١٩٩١، وبذلك تعتبر أول قناة فضائية عربية خاصة، وبتمويل سعودي، وبعدها بفترة ظهرت MBC2 كقـناة متخصـصة في الدراما الغربية ثم أطلق مركز تليفزيون الشرق الأوسط قـناته الإخـبارية المتخصصة في ٢٠ فبراير ٢٠٠٣، وللمركز عدد آخر من القـنوات المتخصـصة أبرزها قناة MBC4 الرياضية، ومن العاصمة الإيطالية رومـا بدأت شبكة راديو وتليفزيون العرب الفضائية تبث عدداً آخر من القنوات الخاصـة ذات الـتمويل السعودي بدءاً من ١٨ أكتوبر ١٩٩٣ وبتمويل سعودي خاص أيضاً ظهرت شبكة (أوربت) في ٢٥ مايو ١٩٩٤ من روما أيضاً.

وفـي عـام ٢٠٠٣ بـدأ البث التدريجي لقنوات (روتانا) الفضائية وبتمويل سعودي أيضاً وبصدور قانون تنظيم وسائل الإعلام المرئي والمسموع في لبنان فـي عـام ١٩٩٦م، بدأت تختفي بالتدريج حوالي ٥٠ محطة تليفزيون أرضية خاصـة كانـت قد ظهرت خلال فترة الحرب الأهلية اللبنانية التي استمرت منذ عـام ١٩٧٥م وحتـى عام ١٩٩١م، أما المحطات الجديدة التي رخص لها ببث قنوات أرضية وفق القانون الجديد ما لبثت أن قامت ببث قنوات فضائية جاءت امـتداداً لمحطاتهـا الأرضـية، ففي ٢٩ أكتوبر ١٩٩٣م بدء بث قناة المستقبل الفـضائية وكانـت امـتداداً لمحطة تليفزيون المستقبل الأرضية، وهو ما حدث تقـريباً مـع الفـضائية الدولية للمؤسسة اللبنانية للإرسال L. B. C وقناة المنار الفـضائية، وقناة تليفزيون المر الفضائية وغيرها من القنوات الفضائية اللبنانية التي كانت في حقيقة الأمر امتداد لمحطاتها التليفزيونية الأرضية وفي الأول من نوفمبـر ١٩٩٦ بدأ بث قناة الجزيرة الفضائية من قطر ورغم أن إنشاء القناة تم

بمرســـوم أميري وأن حكومة قطر هي الممول الرئيسي للقناة إلا أن إدارة القناة تصر على أن القناة مؤسسة مستقلة وأن دولة قطر يقتصر دورها على التمويل فـــي حين أن إدارة القناة مستقلة تماماً ولها شخصية قانونية خاصة وتقوم على أسس تجارية، وقد توسع نشاط القناة بحيث أصبحت تبث عدداً آخر من القنوات الفضائية مثل الجزيرة الرياضية والجزيرة مباشر والجزيرة الدولية وغيرها.

وكـــان لدول المغرب العربي نصيب في بث القنوات الفضائية الخاصة ومن إبـــرازها القناة الفضائية المغربية 2M International التي بدأت البث في مارس ١٩٨٩ مـــن مدينة الدار البيضاء بتشجيع حكومي، وقناة الأندلس الفضائية التي بـــدأت إرســـالها فـــي عام ١٩٩٨م ومن الغريب أن الجزء الأكبر من تمويلها ســـعودي بالإضـــافة إلـــى عدد من المتمولين العرب في إقليم الأندلس بأسبانيا. وهناك قناة المستقلة التي انطلق إرسالها في عام ١٩٩٩م بتمويل من المعارضة التونسية، وهناك أخيراً قناة الساعة التي انطلق إرسالها في عام ٢٠٠٨م وبتمويل خاص وثيق الصلة بالحكومة الليبية.

وهـــناك بالطبع عشرات من القنوات الفضائية العربية الخاصة التي أضيفت إلـــى عشرات أخرى من القنوات الحكومية والتي تنوعت أشكالها واتجاهاتها ما بـــين قـــنوات عامة وأخرى متخصصة وأغلبها قنوات مفتوحة للجمهور العربي العـــام وبعـــضها مشفر يقدم خدماته بمقابل مادي، ونصل إلى السؤال الهام: هل أدت هذه القنوات إلى تزايد مساحات الديموقراطية في البلدان العربية أم ضيقت من هذه المساحة وفي هذا المجال يهمنا أن نسجل الملاحظات التالية على تجربة القـــنوات الفـــضائية العربية الحكومية والخاصة بشكل عام، وفيما يتعلق بقضية الديموقراطية بشكل خاص.

١- لابد أن نعترف بأن ظهور القنوات الفضائية العربية قد قوبل بالمخاوف وأحياناً بالمقاومة الصريحة من قبل غالبية الحكومات العربية، وقد تمثل

ذلك مبكراً في وضع العديد من القيود أمام السماح بتملك المشاهدين في معظم البلدان العربية لأدوات استقبال (الدش) القنوات الفضائية الأجنبية قبل أن تظهر إلى النور أية فضائيات عربية، بل أن هذه المخاوف أو المقاومة قد عطلت المحاولات العربية للاستثمار في المجال الفضائي، فقد تأخر مشروع إنشاء القمر العربي (عربسات) ما يقرب من عشرين عاماً، فقد أقر في عام ١٩٦٧م. في حين لم ير النور إلا في عام ١٩٨٥ م، ثم ظل منذ إطلاقه في عام ١٩٨٥م معطلاً عن أداء دوره الإعلامي الفضائي حتى عام ١٩٩٠م حين استأجرت مصر القناة غزيرة الإشعاع لبث أول قناة فضائية مصرية لمخاطبة قواتها المشاركة في معركة تحرير الكويت.

وإذا بحثنا في طبيعة هذه المخاوف فلم يكن سببها رفض لمستحدث تكنولوجي ينقل العرب إلى عصر الفضاء، بقدر ما كانت مخاوف مما يمكن أن تفتحه هذه التكنولوجيا من أبواب جديدة للتعبير وما يرتبط بها وينتج عنها من تأثير، لقوى وتيارات سياسية وثقافية وعرقية ودينية، وهو الأمر الذي يتصادم مع الطابع السلطوي الغالب على معظم الأنظمة العربية.

وقد ضاعف من عنف هذه المخاوف ما تردد وقتها (واتضحت صحته) أن هذه التكنولوجيا الإعلامية الفضائية الجديدة غير قابلة للرقابة أو المنع أو التشويش.

٢- لوحظ مع بداية البث الفضائي العربي اندفاع العديد من الحكومات العربية في إنشاء قنوات فضائية بتمويل حكومي مباشر بحيث لم يمر وقت طويل حتى أصبح لكل دولة عربية قناة فضائية رسمية تعبر عنها وتعكس سياستها وترسم صورتها أمام الشعوب العربية، ثم تطور الأمر بحيث أصبح لكل دولة عربية عدة قنوات فضائية حكومية وتسابقت

الـــدول العربية في هذا المجال بحيث أصبحت إعداد القنوات الفضائية التـــي تملكهـــا كل دولة مصدر فخر لها واعتبرها البعض مؤشراً على تقدمها في هذا المجال، رغم أن أكثر هذه الفضائيات العربية الحكومية تكـــاد تكون صورة كربونية من قنواتها التليفزيونية الأرضية، ولم يزد دورهـــا على مجرد أداة إعلامية للتعبير عن سياسة الدولة أو الحكومة والدفاع عن مواقفها وفي حقيقة الأمر فإن دورها كان أقرب إلى الدعاية منه إلى الإعلام.

ولا يرجع هذا الوضع إلى نمط ملكية الدولة لهذه القنوات الفضائية، وإنما إلى الإشـــراف الحكومـــي المباشـــر عليها، ذلك أن ملكية الدولة لجانب من الإعلام الإذاعـــي والتليفزيوني الأرضي أو الفضائي، موجود في العديد من المجتمعات الديموقـــراطية، التي تحرص على ضمان استقلال وسائل الإعلام الإذاعي عن سيطرة الحكومة رغم ملكية الدولة لها.

وهـــذا الوضع مفتقد في كافة البلدان العربية، بحيث أن ملكية الدولة لوسائل الإعلام الإذاعي والتليفزيوني يتم تحت إشراف الحكومة المباشر، وهو ما يترجم عملياً باستئثار الحكومة بتوجيه وسائل الإعلام الإذاعي والتليفزيوني للتعبير عن سياساتها وحرمان كافة القوى الأخرى في المجتمع من حق التعبير عن مواقفها من خلال هذه الوسائل.

وبالطـــبع فـــإن بعض الحكومات العربية الأكثر تطوراً قد تسمح في بعض الحـــالات القلـــيلة بالـــرأي الآخـــر فـــي بعض برامجها التي تبثها في قنواتها التليفزيونية الأرضية أو قنواتها الفضائية، ولكن يظل هذا الأمر استثناءاً مرهون بـــإرادة الحكـــومة إن شاءت سمحت به وإن شاءت حجبته مستندة في ذلك إلى تشريعات إعلامية تمنح الحكومات احتكار البث الإذاعي والتليفزيوني الأرضي، وتمـــنعه عـــن غيرها من المواطنين، وقد يمتد هذا الاحتكار الحكومي إلى البث

الفضائي في عدد كبير من البلدان العربية، وحين سمح للقنوات الفضائية الخاصة في مصر بالبث تم ذلك عبر تفسير مرن للقانون اعتمد على أن القانون الذي منح اتحاد الإذاعة والتليفزيون الحكومي وحده حق البث الإذاعي والتليفزيوني لم يكن البث الفضائي قد ظهر بعد، ورغم ذلك أرغمت هذه القنوات الفضائية الخاصة أن تعمل من داخل المنطقة الحرة، وأن تحصل على ترخيصها مما سمي بالمنطقة الإعلامية الخاصة!

ومازالت غالبية الدول العربية تحظر إصدار تراخيص لبث القنوات الفضائية الخاصة مما اضطرها لأن تبث من داخل المناطق الحرة بمدينة الإنتاج الإعلامي في مصر ومدينة دبي الإعلامية والمنطقة الحرة بعمان وبيروت وغيرها، في حين أثر البعض الآخر البث من خارج الوطن العربي في لندن وباريس وروما وغيرها.

٣- يلاحظ التزايد المستمر لإعداد القنوات الفضائية العربية الخاصة، وهي ظاهرة إيجابية، ويفترض أن تؤدي كما حدث في المجتمعات الغربية إلى تدعيم التعددية والتنوع واتساع مساحات حرية التعبير والرأي.

وقد أفاض الكثيرون في الحديث عن الدور الحيوي الذي لعبته الفضائيات العربية الخاصة في زيادة مساحات الحرية وإتاحتها فرصة التعبير للرأي الآخر، وقد بالغ البعض في توصيف هذا الدور إلى الحد الذي قالوا فيه إن الفضائيات قد أدخلت الديموقراطية إلى العالم العربي.!

ومع اعترافنا بالدور الهام الذي لعبته الفضائيات العربية العامة والخاصة في تكوين رأي عام عربي حول الكثير من القضايا التي واجهتها الأمة العربية في السنوات العشر الأخيرة، إلا أن دورها الديموقراطي يحتاج إلى مناقشة.

ولعل أول ما يواجهنا في هذا الأمر حقيقة أن الكثير من القنوات الفضائية الخاصة يتم بتمويل حكومي مباشر أو غير مباشر، وليس سراً أن العديد من

شبكات القنوات الفضائية العربية الخاصة، والتي تضم كل شبكة منها العديد من القنوات الفضائية المتنوعة مملوكة لبعض أفراد الأسر الحاكمة في البلدان العربية أو لكبار المسئولين فيها، والكثير من هذه الشبكات والقنوات تنفق أكثر من دخلها ولعل ذلك السبب في أن الكثير من هذه الفضائيات لا تنشر ميزانياتها السنوية لكي يتعرف جمهور المشاهدين على نفقاتها ومداخيلها!.

والمتتبع لمحتوى مضامين ما تقدمه هذه القنوات الفضائية في برامجها لا يخرج بعيداً عن سياسات ومواقف الدول التي ينتمي إليها أصحابها، وهي لا تختلف كثيراً عن القنوات الفضائية الحكومية التي تبثها بلدانها إلا في تحررها من بعض القيود البيروقراطية بما يسمح لها بالإنفاق الزائد على الإبهار الفني والجودة الإنتاجية، إضافة إلى قدر من المرونة في البرامج الفنية والاجتماعية لا تسمح به طبيعة البلدان المحافظة لقنواتها الحكومية الأرضية أو الفضائية.

وهناك القنوات الفضائية العربية الخاصة المملوكة لبعض رجال الأعمال العرب، ونحن نعرف الطبيعة الخاصة للرأسمالية العربية، فأغلبها مصدرها يأتي من التعامل مع الحكومات العربية التي تملك كافة الثروات الطبيعية في بلدانها، فمصالح الرأسمالية العربية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالحكومات العربية، لذلك كان من الطبيعي أن تبتعد هذه القنوات الفضائية الخاصة عن الشأن السياسي والتركيز على القضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية والرياضية، بدليل أن معظم هذه القنوات لا يقدم أية خدمات إخبارية أو برامج سياسية، وفي الحالات الخاصة أو الأحداث الهامة التي تضطر فيها هذه القنوات إلى معالجة الشأن السياسي فهي تلتزم التزاماً كاملاً بالدفاع عن مواقف حكومات بلدانها.

٤- هناك حالة خاصة لقناة الجزيرة تحتاج إلى تحليل وتفسير وتقييم، خاصة مع وجود استقطاب مع هذه القناة وضدها في ذات الوقت بين عدد كبير من المشاهدين فالمؤيدين لفضائية الجزيرة يدعون أنها فتحت أبواب

الحريات الإعلامية في الوطن العربي، وأنها حرصت على تقديم الرأي والـــرأي الآخر ودفعت ثمناً غالياً لذلك في العديد من العواصم العربية تمـــثل فـــي إغـــلاق بعض مكاتب القناة، أو توقيف ومحاكمة عدد من مراســـليها، إضـــافة إلى ازدياد أعداد الدعاوي القضائية ضد القناة في العديد من الأقطار العربية.

وقد ادعى المسئولون عن فضائية الجزيرة أنها رفعت سقف الحرية الإعلامية في الوطن العربي إلى حدود لا نهائية، وأن القناة رغم تمويلها من دولة قطر إلا أنهـــا مـــستقلة تماماً في تحديد سياستها الإعلامية وفي تنفيذها، وأن أداء القناة الإعلامي يتم وفقاً للمعايير المهنية وحدها.

المخـــتلفون مـــع قناة الجزيرة يدعون أن القناة شأنها شأن غيرها من وسائل الإعلام الجماهيري تلتزم بسياسة من يملكها، وهي مملوكة بالكامل لحكومة قطر وبالتالي فهي لا تمتلك إلا الالتزام بالسياسة التي تحددها لها الحكومة القطرية.

ومن المعروف أن الحكومة القطرية بعد التغيير الذي أتى بأمير قطر الحالي، تبـــنت سياســـة جديـــدة تقوم على قيام قطر بدور سياسي فاعل على المستوى الإقليمي والدولي وهو الأمر الذي استتبع إيجاد أداة إعلامية تساعد على أداء هذا الـــدور الـــسياسي الجديـــد وكان إنشاء قناة الجزيرة لكي تؤدي هذا الدور، وقد نجحت القناة في مهمتها بحيث تخطي دورها وشهرتها في عدد من الحالات دور وشهرة دولة قطر ذاتها.

ومـــن الإنـــصـاف الاعتراف بالدور المتميز الذي قامت به قناة الجزيرة في التعبيـــر عـــن الرأي والرأي الآخر في كثير من الأقطار العربية وعلى مستوى الـــوطن العربـــي كله، وفي كشفها لكثير من القضايا المسكوت عنها في معظم وسائل الإعلام العربية الحكومية، وقد ساعدها على تحقيق ذلك كله حسن اختيار الكوادر الإعلامية العربية العاملة بالقناة والذين تميزوا بالكفاءة المهنية وارتفاع

مستوى الحرفية، ولكن تظل مشكلة قناة الجزيرة أنها لا يمكن إلا أن تكون جزءاً من النظام الإعلامي القطري، وهو للأسف نظام سلطوي، فقانون الإعلام القطري، مازال يعطي للسلطات الإدارية حق محاسبة ومعاقبة وسائل الإعلام، كذلك يمنع هذه الوسائل من نقد نظام الحكم في الإمارة، وكذلك يمنع نقد الحاكم، كما أنه يمنع المواطنين من إنشاء خدمات إذاعية أو شبكات تليفزيونية ويجعل هذا الحق حكراً على الحكومة، كذلك لا يسمح بإصدار تصاريح بإنشاء قنوات فضائية خاصة على أرض قطر، والنظام الإعلامي القطري انعكاس للنظام السياسي القطري، حيث لا يسمح بوجود أحزاب سياسية وبالتالي لا توجد انتخابات برلمانية، والحكومة مسئولة أمام أمير البلاد وليست كما هو الشأن في الدول الديموقراطية أمام البرلمان.

نخلص من ذلك أن قناة الجزيرة استثناء من القاعدة في دولة قطر، وهي موجودة ومستمرة مادامت هناك رغبة ومصلحة للنظام الحاكم في ذلك، فإذا ما تغيرت النظرة أو المصلحة، فلن يكون لهذه الفضائية المميزة وجود!.

إن أهمية الجزيرة يعود إلى قدرتها على نقد الأوضاع في كافة الأقطار العربية- ماعدا قطر بالطبع- وهو أمر غير متوفر في غيرها من القنوات الفضائية العربية لأسباب ومصالح وسياسات متعددة، وهو أمر يذكرنا بتجربة إذاعة (صوت العرب) المصرية في العصر الناصري حين كانت تنفرد بنقد الأوضاع في كافة الأقطار العربية، وكان لها نفوذ على الشعوب والحكومات العربية أكثر بكثير مما هو لقناة الجزيرة الآن، ولم يكن هذا النفوذ أو ذاك دليلاً على ديموقراطية صوت العرب أو الجزيرة، فالاثنين ينتميان إلى نظام إعلامي سلطوي، وإنما اكتسبا نفوذهما على النطاق العربي نتيجة المساح لهما بنقد أوضاع البلدان العربية، وبالطبع لم يكن لصوت العرب أن يجرؤ على نقد النظام الناصري، كما لا تجرؤ الجزيرة الآن على نقد نظام الحكم في قطر.

[٤]

وثيقة البث الفضائي العربي

في عام ٢٠٠٨ طرح قطاع الإعلام والاتصال بجامعة الدول العربية على مجلس وزراء الإعلام العرب، مشروعاً وقفت ورائه مصر والمملكة العربية السعودية باسم "وثيقة تشريعات البث الفضائي العربي[١٣] بهدف معالجة السلبيات التي أسفرت عنها تجربة القنوات الفضائية العربية، وقد أثار الإعلان عن مشروع الوثيقة ردود أفعال سلبية وخاصة من ممثلي العديد من القنوات الفضائية الخاصة، فضلاً عما كشف عنه النقاش العلني للوثيقة من رفض قطاعات مؤثرة من النخبة العربية الإعلامية والسياسية لبعض ما ورد بالوثيقة، ولكن أخطر ما كشفت عنه ردود الفعل هو اعتراض عدد من الدول العربية على فكرة الوثيقة من الأساس مثلما فعلت دولة قطر، وتحفظ دول أخرى على العديد من بنود الوثيقة مثلما أعلنت لبنان، وقد انتهى الأمر كالعادة بحل توفيقي اتخذه مجلس وزراء الإعلام العرب باعتماد الوثيقة، كوثيقة استرشادية غير ملزمة لمقدمي خدمات البث الفضائي، كذلك اتخذ المجلس قراراً بإنشاء مفوضية للإعلام العربي بهدف إعداد لوائح تنظم العمل الإعلامي بشكل عام والإعلام الفضائي بشكل خاص، ولم يحدد القرار ماهية هذه المفوضية ولا مهامها، كما لم يتطرق إلى آليات عملها، وترك ذلك كله لحوار مستقبلي بين الدول العربية، وقد جاء طرح فكرة المفوضية الإعلامية العربية استرشاداً بنظام المفوضية الأوروبية European Commission وهي الذراع التنفيذي للاتحاد الأوروبي، مع

ملاحظـــة الفـــارق الكبير بين الاتحاد الأوروبي وجامعة الدول العربية، فالأول يجمع بين إرادات الدول، كما أنه يمثل الشعوب عبر البرلمان الأوروبي المنتخب في حين أن جامعة الدول العربية تجمع الحكومات بدون أي تمثيل لشعوبها.

وقـــد تـــضمن مشروع وثيقة تشريعات البث الفضائي العربي، مقدمة بعنوان الهـــدف مـــن التـــشريع و ٢٧ مادة وزعت على سبعة محاور شملت تعريفات، ونطاق تطبيق القانون، والقواعد العامة المنظمة لخدمات البث الفضائي العربي، والتـــراخيص، وحقـــوق هيئات البث الفضائي، والجهاز العربي للبث الفضائي، والالتزام بأحكام الوثيقة وتقرير العقوبات.

ويمكن ن نسجل على الوثيقة الملاحظات التالية:-

١- من حيث المبدأ فإن الباحث المدقق يحتار في تقييمه للكثير من مواد هذه الوثيقة، فهو يجد نفسه متفقاً معها في النصف الأول من المادة، ويختلف معهـــا في النصف الثاني منها، وهو أمر يتكرر مع معظم مواد الوثيقة، خـــذ مثالاً لذلك المادة الأولى التي تحدد بشكل عام أهداف الوثيقة حيث يقـــول الجزء الأول من نص المادة: "تهدف هذه الوثيقة إلى تنظيم البث الفضائي وإعادة البث الفضائي واستقبال البث الفضائي العربي، وكفالة احتـــرام الحـــق فـــي التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وتبادل الحوار الثقافي من خلال البث الفضائي". إلى هنا الكلام مقبول ولا خلاف عليه فـــإذا انتقلـــنا إلـــى تكملة المادة لوجدنا النص التالي: "ووضع تنظيمات وتشريعات وضوابط موحدة كفيلة بضبط البث الفضائي العربي".

والخلاف مع هذا الجزء الأخير من نص المادة الأولى من الوثيقة يقوم على عـــدة اعتبارات لعل من أهمها أن جامعة الدول العربية ومجلس وزراء الإعلام العرب ليس من حقه حسب مواثيق ومقررات الجامعة العربية نفسها أن يضع أية تنظـــيمات أو تـــشريعات أو ضـــوابط بضبط البث الفضائي، فهذه من وظائف

المجالس التشريعية بكل دولة عربية، أضف إلى ذلك أن وضع تنظيمات وتشريعات وضوابط موجودة لكل الدول العربية أمر لا يتمشى مع اختلاف النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية، في كل دولة عربية واختلاف مراحل التطور بين العديد من المجتمعات العربية فما يصلح من تشريعات وضوابط في دولة ملكية قد لا يصلح في دولة تبني النظام الجمهوري، وما يلائم مجمع محافظ قد لا يصلح لمجتمع متحرر وما قد يقبله المجتمع المدني في بلد عربي قد لا يقبله مجتمع مدني في مجتمع عربي آخر، ثم أن المجتمعات العربية ليست على مستوى واحد من التطور الديموقراطي، فهناك مجتمعات عربية بها أحزاب سياسية وصحف معارضة في حين توجد مجتمعات عربية أخرى لا تعترف بالأحزاب أو الحياة النيابية أو بالصحافة المعارضة.

٢- يلاحظ أن بعض المصطلحات المستخدمة في تحديد المجالات التي يجوز فرض القيود عليها واسعة وفضفاضة بحيث يمكن أن تتيح للحكومات فرض السرية على الكثير من أنواع المعلومات والأفكار والآراء. فالمادة الرابعة من الوثيقة تتحدث عن القواعد العامة المنظمة لخدمات البث الفضائي العربي ومنها "علانية وشفافية المعلومات"، ومنها "عدم التأثير سلباً على السلام الاجتماعي والوحدة الوطنية والنظام العام والآداب العامة".

٣- هناك بعض المواد التي تتصادم مع بعض الثوابت العربية، فالمادة السادسة من الوثيقة تقول: "الامتناع عن التحريض على الكراهية"، و "الامتناع عن بث كل شكل من أشكال التحريض على العنف" والاقتباسيين الأخيرين يثيران تساؤلاً مشروعاً: هل يمكن مطالبة بعض الفضائيات الفلسطينية بشكل خاص والعربية بشكل عام بالامتناع عن التحريض على كراهية الاحتلال الإسرائيلي والممارسات الإسرائيلية

في الأراضي العربية المحتلة؟ وهل يمكن مطالبة الفضائيات الفلسطينية والعربية بالامتناع عن بث كل شكل من أشكال التحريض على العنف ضد المحتل الإسرائيلي وفي مقدمتها المقاومة المسلحة؟

٤- تنص المادة السابعة من الوثيقة على: "الالتزام بالموضوعية والأمانة، واحترام كرامة الدول والشعوب وسيادتها الوطنية، وعدم تناول قادتها أو الرموز الوطنية والدينية بالتجريح.

وتعاني هذه المادة من الألفاظ الفضفاضة غير المحددة مثل لفظ "التجريح"، وكان بفضل استخدام الألفاظ والمصطلحات القانونية المستخدمة في مثل هذه الحالات مثل السب والقذف، أما اصطلاح التجريح فيمكن تطويعه لمنع الكثير من أشكال النقد الذي يوجه للقادة أو الرموز الوطنية والدينية.

٥- في المادة التاسعة تطالب الوثيقة "بالتقيد بجداول زمنية يتم وضعها من قبل لجنة مختصة بالرقابة على محتويات البرامج" وهو منطق يقوم على فرض رقابة سابقة أو لاحقة على البث، والرقابة بكافة أشكالها مجرمة في كافة المجتمعات الديموقراطية، كما أن الكثير من قوانين الإعلام والمطبوعات في البلدان العربية قد تخلصت من فكرة الرقابة واعتبرت ذلك تطوراً مهماً في نظامها الإعلامي.

٦- وفي المادة الثالثة عشر تقول الوثيقة: "التقيد بالتعليمات والضوابط التي تضعها المفوضية في حالات الطوارئ والكوارث"، وهو منطق يعطي الحكومات فرض قيود وضوابط استثنائية على منح التراخيص أو سحبها أو على عمليات البث الفضائي بحجة حالات الطوارئ، في حين يطالب الرأي العام في الدول العربية المطبق فيها قانون للطوارئ بضرورة إلغاء مثل هذه القوانين والاكتفاء بالقوانين العادية الكفيلة بمعالجة أية أحداث طارئة مع احترام حقوق المواطنين وحرياتهم.

٧- وفــي المادة الثانية والعشرين من الوثيقة والتي تتحدث مع غيرها من المــواد عن مهمات الجهاز العربي للبث الفضائي تقول الوثيقة: "اعتماد التدابيــر الإدارية اللازمة لمواجهة حالات المخالفة الواردة بهذه الوثيقة التــشريعية"، وهــو مــنطق يقــوم على وجود تدابير إدارية لمحاسبة المخالفــين أو المتجاوزين، وهو منطق لم يعد معمولاً به في أية دولة ديمقرطية، حيث لا يجوز للسلطات الإدارية مهما بلغ مستواها محاسبة الإعلاميــين، فالقــضاء وحده هو المنوط بمحاسبة الإعلاميين، بجانب المحاســبة المهنــية التــي تتولاها الأسرة الإعلامية ممثلة في نقاباتها المهنــية، وعلى سبيل المثال فالقانون رقم ٩٦ لعام ١٩٣٦ بشأن تنظيم الــصحافة في مصر يقصر محاسبة المتجاوزين من الصحفيين للقضاء وحده، أما المحاسبة المهنية فتختص بها نقابة الصحفيين وحدها، وليس من حق أي سلطة إدارية في مصر محاسبة الصحفي، ومثل هذا الوضع موجــود في عدد من البلدان العربية مثل لبان والأردن واليمن وتونس والمغــرب. وكــان المــتوقع أن تــنحاز الوثيقة إلى تدعيم التشريعات الإعلامــية فــي البلدان العربية التي سارت أشواطاً معقولة في طريق الديموقراطية لا أن تتبنى التشريعات السلطوية.

٨- أن الروح السلطوية للوثيقة تظهر بشكل أكثر وضوحاً في المادة السابعة والعشرين التي تنص على الآتي:

"تلتــزم الدول الأعضاء بوضع النصوص العقابية في تشريعاتها الداخلية عن انــتهاك أحكام هذه الوثيقة من قبل المخاطبين بأحكامها، وبصفة خاصة هيئات الــبث الفــضائي وإعــادة البث الفضائي ومقدمي خدمات البث الفضائي التابعة الموجــودة على أراضيهم، ولو كانت تعمل من خلال مناطق خاصة أو مناطق حــرة وحتــى لو كانت تخضعها لتشريعات خاصة بهذه المناطق أو غيرها من

التشريعات" فالوثيقة بهذا النص تحاول أن تلغي كل ما تحقق في عدد من الدول العربية في مجال حرية الإعلام عن طريق إقامة مناطق إعلامية حرة أو خاصة، حيث منحت هذه المناطق حريات لا تتيحها القوانين للإعلام الوطني داخل البلاد، وهو الأمر الذي حدث في مصر ودبي والأردن ولبنان.

٩- أما الجزء الأخير من نص المادة السابعة والعشرين وهي المادة الأخيرة في الوثيقة فتنص:

"وفي جميع الأحول ومتى ما رصدت السلطات المختصة بالدولة العضو التي منحت السلطة المختصة بها الترخيص أو تم إبلاغها بأي مخالفة لأحكام القانون الداخلي أو الأحكام الواردة بهذه الوثيقة فإنه يحق لها سحب ترخيص المخالف أو عدم تجديده أو إيقافه للمدة التي تراها مناسبة" وهذا النص نموذج صارخ للنظام الإعلامي السلطوي الذي لم يعد يعامل باحترام في أي بلد في العالم، بل أن النظم السلطوية تحرص على أفكار طبيعتها السلطوية بشتى الطرق، إذ لم يعد من حق السلطات الإدارية مهما بلغ مستواها في الدول الديموقراطية أن تغلق أو توقف إصدار أو بث أي وسيلة إعلامية، بل أن الدول العريقة في الديموقراطية لم تعد تعطي القضاء هذا الحق أيضاً، ذلك أن إصدار أو بث أي وسيلة إعلامية أصبح اليوم حقاً من حقوق الإنسان الطبيعية تماماً مثل الماء والهواء، وليس من حق أي سلطة أن تحرم المواطن من حقوقه الطبيعية سواء في ذلك السلطة التنفيذية أو التشريعية أو القضائية، وإذا حدث تجاوز أو خطأ أو حرية من وسيلة إعلامية ما، فالحل ليس معاقبة الوسيلة وإنما معاقبة من ارتكب التجاوز أو الخطأ أو الجريمة، تماماً مثلما يحدث حين ترتكب جريمة عن طريق سيارة الذي يحاسب هو قائد السيارة وليست السيارة! ومن الغريب أن هذا النص يتعارض مع الدستور المصري ومع أحكام القضاء المصري الذي يحرم غلق أو إيقاف أي صحيفة، وعندما أصدرت محكمة أول درجة حكماً بإيقاف جريدة النبأ بسبب

قـضية تـتعلق بالـوحدة الوطنية، فإن محكمة الاستئناف ألغت الحكم وأعادت إصدار الجريدة مؤكدة حكماً تاريخياً بعدم جواز غلق الصحف بالطريق الإداري أو عن طريق القضاء فهي حق من حقوق الإنسان المصري الطبيعية.

كذلك فإن هذا النص يأتي مخالفاً لتطلعات كثير من الإعلاميين العرب الذين يسعون إلى إيجاد تشريعات تسمح للمواطن أن يصدر ما يشاء من وسائل إعلام جماهيـرية دون ربط هذا الحق بموافقة السلطة الحاكمة، كما هو سائد في جميع المجتمعات الديموقراطية.

هوامش الفصل السادس

1- Sonshine. Victoria: Communication Key to globalization. Longman. London. Newyork. 2005. p.p. 217- 223.

2- Fortner. Robert: International Communications: Louisianan state University Press. U. S. A. 2007. p.p. 64- 69.

3- Kishan. Daya: International Communication: Continuity and change A pelican Book. London. 2008. p.p. 17- 22.

4- Mody. Bella: International and Development Communication. Aleden Press London. 2003. p.p. 82- 87.

5- Mcphall. Thomasl: Global Communication. Auyn and Brocon. London. 2002. p.p. 72- 83.

6- Hafez. Kai: The myth of Media Globalization. Cambridge. M. K. 2002. p.p. 162- 168.

7- Brand. Stewart: The whole Earth network and the Rise of Digital Utopianism. University of Chicago Press. U. S. A. 2006 p.p. 320-328.

8- Crack. Angela: Global Communication and Transnational public spheres. Palgrave Macmillan. Newyork. 2008. p.p. 216- 221.

9- Lonham. Batra: Digital Freedom. Row man and Littefield. London, Newyork. 2008. 207- 212.

10- Bybee. Keith: Polictic and the Media. Stanford University Press U. S. A 2007 p.p. 132- 137.

١١- الــشريف. ســامي: الفضائيات العربية- دار النهضة العربية- القاهرة- ٢٠٠٤- صـــ ٤١، ٤٢.

١٢- قطاع الإعلام والاتصال: مشروع وثيقة تشريعات البث الفضائي العربي- جامعة الدول العربية- القاهرة- ٢٠٠٨م.

الفصل السابع

الإعلام والانتخابات

إن الحكـــومة الديموقـــراطية تقوم علي التمثيل الشعبي وحق الانتخاب العام، والانتخابات الديموقراطية تقوم علي حق الشعب في اختيار حكامه أو الاستغناء عنهم في مواعيد محددة، وفي أطار الحريات السياسية وبلا خوف أو تهديد(١).

ولكن أجراء الانتخابات، وخاصة في بعض دول العالم الثالث، لا يكفي لتأكيد الممارســـة الديموقراطية، لأن الحكومات في هذه الدول لا تقبل بتداول السلطة بسهولة(٢).

وقد تبين وجود ارتباط وثيق بين ديمقراطية المجتمع وديمقراطية الإعلام في هذا المجتمع(٣)، لذلك فلكي بمارس المواطن حريته في الترشيح والانتخاب لابد لوسائل الإعلام أن تتمتع بحريتها كاملة دون أية قيود تفرض عليها من خارجها(٤).

أن ديمقراطية الانتخابات لن تتحقق بدون ديمقراطية الإعلام(٥)، وبذلك تكون ديمقـــراطية الإعـــلام امـــتداد طبيعيا لحرية كل مواطن، مما يؤدي إلي ارتفاع مستوي الوعي بين المواطنين بما يدعم من مشاركتهم في العملية الانتخابية(٦).

وفي الربع الأخير من القرن الماضي حدث تطور كبير في مفهوم المشاركة الـــسياسية، بحـــيث تجاوز التعريف التقليدي الذي كان شائعا قبلها، والذي كان يربط المفهوم بالحق في الانتخاب والترشيح وحدهما(٧)، فقد اتسع المفهوم ليشمل المشاركة في كافة دوائر أو مستويات صنع القرار في المجتمع بدءا من الأسرة

والمدرسة والعمل ومراكز السلطة في مختلف أجهزة الدولة، وفي النقابات والمنظمات غير الحكومية، ومتضمنا المشاركة في الأطر السياسية من أحزاب ومجالس منتخبة بمختلف مستوياتها المحلية والوطنية(٨).

ورغم ذلك يظل الحق في الترشيح والانتخاب هو جوهر عملية المشاركة السياسية(٩)، ولذلك كان من الطبيعي إن تكون العلاقة بين الإعلام والانتخابات في مقدمة القضايا التي تطرح نفسها للنقاش عند دراسة دور الإعلام في عملية التحول الديموقراطي.

وسوف نناقش هذه القضية من خلال دراسة تطبيقية لدور الإعلام في الانتخابات الرئاسية والنيابية الأخيرة في مصر، عبر رصد وتحليل المعالجة الإعلامية للانتخابات، وذلك من خلال استخلاص المؤشرات التي أسفرت عنها التجربة، ومدي توافقها أو تعارضها مع مبادئ الإعلام الديموقراطي والتقاليد المستقرة للممارسة الإعلامية في الانتخابات بالمجتمعات الديموقراطية(١٠).

[١]

المعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية

رغم أن الحملات الإعلامية للانتخابات الرئاسية في مصر لم تبدأ رسميا إلا اعتبارا من يوم ١٧ أغسطس ٢٠٠٥م، واستمرت ثلاثة أسابيع حتى نهاية يوم الأحد ٤ سبتمبر ٢٠٠٥م، إلا أن المتابع المدقق سوف يلحظ أنها بدأت بالفعل قبل ذلك بفترة غير قصيرة، وبالتحديد منذ فتح باب الترشيح للرئاسة بل وقبلها أيضا منذ تعديل المادة ٧٦ من الدستور في الاستفتاء الذي أجري يوم ٢٥ مايو ٢٠٠٥م.

وحرصاً علي توخي الدقة وأكبر قدر من الموضوعية فسوف نقصر ملاحظاتنا علي فترة الأسابيع الثلاثة التي حددها قرار لجنة الانتخابات الرئاسية للحملة الانتخابية، وسوف نتناول التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية من خلال محورين الأول يختص بالتغطية الصحفية والثاني يختص بالتغطية الإذاعية والتلفزيونية.

أما المعايير التي تحكم ملاحظاتنا علي هذه التغطية، فهو مدي التزامها بالضوابط التي حددتها المواثيق القانونية والأخلاقية التي صدرت لتنظيم التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية وهي بالتحديد أربعة مواثيق وهي: القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥م بتنظيم الانتخابات الرئاسية(١١) وقرار لجنة الانتخابات الرئاسية رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ م بالقواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية(١٢)

وإعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والنيابية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة[١٣] وإعلان المبادئ والمعايير الموحدة للتغطية الإعلامية المسموعة والمرئية للانتخابات الرئاسية الصادر عن مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون[١٤].

أولاً: الصحافة والانتخابات الرئاسية:

١- يقف معيار الموضوعية وعدم التحيز في مقدمة المعايير التي ركزت عليها المواثيق القانونية والأخلاقية، وفي التطبيق العملي كان ذلك يعني ضرورة إفراد مساحات متكافئة للمرشحين، في الصحف القومية والصحف الخاصة (المسماة بالمستقلة) وإعفاء الصحف الحزبية من هذا الالتزام لتعارضه مع التزام أخر يتفق مع هويتها كأداة للإعلام عن مرشح الحزب الذي تنطق باسمه.

وقد لوحظ عدم مراعاة الموضوعية والتحيز من خلال عدم التوازن في تخصيص مساحات أكبر لبعض مرشحي الرئاسة عن غيرهم، وعلي سبيل المثال فأن كافة الصحف القومية اليومية والأسبوعية قد أفردت لمرشح الحزب الوطني مساحات أكبر مما أفردته لغيره من المرشحين.

ومن أمثلة ذلك قيام جريدة الأخبار بنشر (١١) مقالاً في تأييد مرشح الحزب الوطني في الأسبوع الأول فقط من فترة الحملة الانتخابية في حين لم تنشر أي مقال لتأييد أي مرشح آخر، وتكرر الأمر في الأسبوعين التاليين، كذلك فقد جاء المقال الافتتاحي للجريدة منحازاً بشكل واضح لمرشح الحزب الوطني[١٥].

كذلك فقد ظهر هذا الانحياز جليا في التحقيقات والتقارير الصحفية التي نشرتها الجريدة، ففي الأسبوع الثاني للحملة الانتخابية نشرت الجريدة صفحه كاملة لمرشح الحزب الوطني بالصفحة الثالثة بعنوان "مرشح الحزب الوطني في لقاء جماهيري حاشد بميدان عابدين" وجاء مصحوبا بصور وعناوين عريضة.[١٦]

وفـــي جريدة الأهرام نشر حوار مع مرشح الحزب الوطني بعنوان "مبارك: برنامجـــي الانتخابـــي محسوب ولن ننزلق إلي مخاطر الانفلات المالي"[١٧] "وتم نـــشر الحـــوار علي مساحات كبيرة شملت نسف الصفحة الأولي وثلاثة أرباع الـــصفحة الثالثة ونصف الصفحة الخامسة من ذات العدد، وتكرر ذلك في أكثر من موضع، دون أن يعطي للمرشحين الآخرين فرصا مماثلة.

وفـــي جـــريدة الجمهـــورية خصصت الصفحة الثالثة بالكامل في أحد أعدادها[١٨] لمرشح الحزب الوطني باستثناء مساحة صغيرة لمرشح حزب الوفد، كما خصصت الصفحة الثالثة من ذات العدد لمتابعة حملة مرشح الحزب الوطني واستمرت نفس المعالجة في كافة أعداد جريدة الجمهورية[١٩] طوال فترة الحملة الانتخابية وتكررت نفس الظاهرة في بقية الصحف القومية اليومية والأسبوعية مع اختلافات طفيفة.

أمـــا الـــصحف الخاصـــة، فقد تنوعت مواقفها فعلي حين حرصت جريدة (المصري اليوم)[٢٠] و (نهضة مصر) علي الالتزام بالموضوعية وعدم التحيز، وإن لـــوحظ أن اهـــتمامها بتغطـــية نـــشاطات مرشح الحزب الوطني أكبر من اهتمامها بغيرة من المرشحين وهو أمر يمكن فهمه باعتباره رئيس الدولة، وعلي ضوء هذا الأمر يمكن أيضا تفهم قيام جريدة المصري اليوم بنشر حديث لمرشح الحزب الوطني في آخر يوم ي الحملة الانتخابية وخصص له ثلاثة صفحات من الجـــريدة، وهـــي فرصة لم تتح لغيره من المرشحين، كذلك لوحظ ميل جريدة الميدان لتأييد مرشح الحزب الوطني، في حين بدا واضحا تحيز صحفية "صوت الأمة" و "الدستور" ضد مرشح الحزب الوطني.

ومن المهم التأكيد أن تجارب المجتمعات الديموقراطية تعترف بحق الصحف الحـــزبية فـــي الدفاع عن مرشح الحزب الذي تنتمي إليه ومعارضة المرشحين المنافسين له، كذلك فهذه المجتمعات الديموقراطية تعترف بحق الصحف الخاصة

في تأييد مرشح ومعارضة آخر حسب سياستها التحريرية، ولكن هذه المجتمعات لا تعرف ظاهرة الصحف القومية المملوكة للدولة، إلا أن كثيرا منها وبالذات في غــرب أوروبا تملك الدولة قطاعا مهما من الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ولكنها تــضمن لــه الاســتقلال عــن الحكومة وتمنعه القوانين والتقاليد الإعلامية من الانحــياز لمرشح دون آخر بما فيهم مرشح الحكومة، وهو الأمر الذي يجب أن ينطبق علي الصحف القومية عندنا.

والخلاصـــة أن عــدم التوازن في التغطية الصحفية والمتمثل في كبر حجم الاهــتمام والمساحات المخصصة لبعض المرشحين مقابل تهميش البعض الآخر عبــر تخصيص مساحات محدودة واهتمامات أقل، وهو أمر تكرر في مختلف الصحف المصرية من قومية إلي حزبية إلي خاصة وهو ما يدل علي شيوع هذا النمط من الممارسة المهنية في الصحافة المصرية.

٢- يحــتل معيار عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين، وعــدم الطعــن فــي سلوك المرشح أو أخلاقه بقصد التأثير في نتيجة الانــتخابات مكانا متقدما في اهتمام المواثيق القانونية والأخلاقية التي صــدرت لتنظــيم الدعايــة الانتخابية، بدليل أن هذا المعيار تكرر في المواثــيق الأربعة وبنفس الألفاظ تقريباً، وكان مرد هذا وجود تخوف من أن توغل الصحف في هذا الاتجاه السلبي، خاصة وأن الفترة التي سبقت الانتخابات شهدت تراشقاً عنيفا بين عدد من الكتاب والصحفيين، وتــبودلت بيــنهم التهم، وترافق ذلك كله مع وقوع تغييرات كبيرة في المؤسسات الصحفية.

ويلاحــظ أن قيام الصحف بالتعرض للحياة الخاصة للمرشحين والطعن في سلوكهم أو أخلاقهم لم يصل إلي الدرجة التي توقعها المتشائمون، إلا أن التجربة لم تخلو منها تماماً، ووجدت العديد من هذه الممارسات السلبية في كافة الصحف

المصرية باختلاف اتجاهات، مع إضافة سلبية أخري وهي استخدام الألفاظ غير اللائقة خلال تعرض الصحف لسلوك المرشح أو أخلاقه، وعلي سبيل المثال نشرت مجلة روز اليوسف في العدد الصادر في الأسبوع الأول للانتخابات الرئاسية في صفحتها الأخيرة مقالا للكاتب وحيد حامد تحت عنوان "ملاحظات علي برنامج الرئيس" استخدم الكاتب لفظ "فرافيرو العجيب" للإشارة إلي المرشح أيمن نور.

ومن أمثلة ذلك الطعن في المرشحين بنشر أخبار سلبية عنهم مثلما فعلت جريدة أخبار اليوم في العدد الصادر في الأسبوع الأول للحملة الانتخابية عندما نشرت في صفحتها الثالثة خبرا بعنوان "منشورات ضد نور في باب الشعرية".

وإلي الناحية الأخرى نشرت جريدة الوفد[٢١] مقالاً دافعت فيه عن مرشح حزب الوفد وهاجمت مرشح الوطني، واستخدمت ضده ألفاظ وتعبيرات غير لائقة، وقالت أن انتخابه يعني "رايحين في داهية ....بإذن الله" وتكرر الأمر في صحيفة "الغد"[٢٢] حين قالت "مصر عزبة أبوه" ولم تحترم جريدة "العربي" الحياة الخاصة للمرشحين حين نشرت[٢٣] موضوعاً تحت عنوان "العشرة المبشرون بجنة الرئاسة في مصر" ذكرت فيه أن "أحمد الصباحي رئيس حزب الأمة رجل طيب كل ما يشغله الآن هو كيف يحصل علي نصيبه من ميراث زوجته الثانية التي توفيت منذ أيام وهي ذاهبة إلي مقر الحزب لتأييد زوجها في حملته الانتخابية.

أما جريدة الدستور "الخاصة" فقد نشرت[٢٤] مقالا لرئيس تحريرها إبراهيم عيسي بعنوان "عندما يرتدي التزوير برنيطة" أحتوي المقال علي ألفاظ وتعبيرات غير لائقة ومنها "حكومة سافلة، الاستهبال، واقعة أبوه سودا".

وفي الأسبوع الثاني من الحملة الانتخابية نشرت جريدة "الأخبار"[٢٥] خبرا تحت عنوان "إحالة بلاغ رئيس أكاديمية السادات ضد نور للاستئناف"، ونشرت

جـــريدة روز اليوســـف اليومية خبرا يقول: "مرشح شاب للانتخابات يعاني من خلافات شخصية مع زوجته.. السبب غير مفهوم!".

وفـــي الأســـبوع الـــثالث للحملة الانتخابية نشرت جريدة "حديث المدينة"[٢٦] تقريـــرا بعـــنوان "مرشح للرئاسة يسب إتباعه علي الهواء مباشرة "وقد تضمن التقرير لفظا نابيا نشرته الصحفية منسوبا إلي مرشح الوفد.

والحقـــيقة أن هـــذه الممارســـة الـــصحفية الـــسلبية لا تتمشي مع المواثيق والأخلاقيات الأربعة التي استحدثت في فترة الانتخابات، وإنما تتناقض أيضا مع مـــبادئ ميثاق الشرف الصحفي الذي وضعته الجمعية العمومية لنقابة الصحفيين وأصدره المجلس الأعلى للصحافة منذ عام ١٩٩٨م.

٣- حـــرص القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥م والخاص بتنظيم الانتخابات الرئاســـية في المادة رقم (٢٣)، وكذلك قرار لجنة الانتخابات الرئاسية رقـــم (٣) لـــسنة ٢٠٠٥م الخـــاص بالقـــواعد المنظمة لحملة الدعاية الانتخابـــية فـــي المادة رقم (٥) علي وضع ضوابط لنشر استطلاعات الـــرأي العـــام بعـــدما لـــوحظ توســـع الصحف المصرية في توظيف استطلاعات الرأي لدعم أحد المرشحين استغلالا لثقة المواطنين في لغة الأرقـــام ومحاولـــة إضفاء نوع من المصداقية علي شعبية مرشح في مـــواجهة غيره من المرشحين، وقد تضمنت هذه الضوابط ضرورة أن يتضمن ما تذيعه أو تنشره وسائل الإعلام من استطلاعات للرأي حول الانـــتخابات الرئاســـية، المعلـــومات الكاملـــة عـــن الجهة التي قامت بالاســـتطلاع، والجهة التي تولت تمويله، والأسئلة التي اشتمل عليها، وحجـــم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائه، وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه، كذلك بحظر نشر أو إذاعة أي مـــن هذه الاستطلاعات خلال السبعة أيام السابقة علي اليوم المحدد للاقتراع وحتى انتهائه.

والجدير بالذكر أن إعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية الصادر عن المجلس الأعلـــى للصحافة قد أعاد التأكيد علي ذات الأمر في مادته الرابعة حيث طالب بعـــدم اســـتغلال اســـتطلاعات الـــرأي العام حول الانتخابات في التأثير علي المواطنـــين، والالتـــزام بمـــا ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة (٢٣) من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية.

وفـــي التطبـــيق العملي لهذه الضوابط، لوحظ توسع الصحافة المصرية في اســـتخدام اســـتطلاعات الرأي دون اعتبار لهذه الضوابط أو مراعاة لمتطلباتها العملية، بحيث تحولت إلي أداة لخداع الرأي العام.

ومـــن أمثلة ذلك ما نشرته صحفية روز اليوسف اليومية[٢٧]، وهو استطلاع لـــصالح مرشـــح الحـــزب الوطني ولم تذكر فيه حجم العينة التي أجري عليها الاستطلاع ولم تستكمل ضوابط النشر العملية.

ونشرت أخبار اليوم[٢٨] استطلاعاً للرأي لصالح مرشح الحزب الوطني، ولم تـــشر إلـــي تـــاريخ إجراء الاستطلاع، ولم توضح نسبة الخطأ فيه وغيرها من الـــضوابط، أما صحيفة الغد فقد نشرت[٢٩] وعلي صفحتها الأولي خبرا بعنوان "أخر استطلاعات الرأي، نور يتقدم بـــ ٣٣% ونعمان يليه ومبارك الثالث" ولم تذكر الصحفية طبيعة العينة وكيفية سحبها وطبيعة الأسئلة، وكيف تم حساب هذه النـــسب، واكـــتفت الـــصحفية بالقـــول أن هذا الاستطلاع أجراه موقع الوعي الإلكتروني دون أن تشير لهوية هذا الموقع ومن يموله.

ونـــشرت صـــحفية الأهـــرام[٣٠] نـــتائج استطلاع للرأي أجراه مركز النيل للدراســـات تحت عنوان "٩٠% يختارون مبارك، وجمعة يتقدم علي أيمن نور" ولـــم تذكـــر الـــصحفية الجهة التي مولت الدراسة وطبيعة الأسئلة وغيرها من الضوابط.

٤- يعتبـــر الخلـــط بـــين التحرير والإعلان وعدم الالتزام بأخلاقيات نشر

الإعــلان أحــد الــسلبيات الــبارزة للممارسة الصحفية في مصر في الــسنوات الأخيــرة، لذلك كان من الطبيعي أن يؤكد، إعلان المبادئ الــصادر عــن المجلــس الأعلى للصحافة في مادته السادسة ضرورة التمييــز بــين المــادة الإعلانــية والمادة التحريرية، علي ألا يتضمن الإعــلان آيــة إســاءة إلي المرشحين الآخرين، والتأكيد علي امتناع الــصحفي عــن جلــب الإعلانــات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة. ولوحظ أن الصحافة المصرية لم تستطع أن تــتخلص مــن هــذه الممارســات السلبية أو أن تتوقف عنها في فترة الانــتخابات وهــي بذلك تسلب القارئ حق معرفة هوية الموضوعات التحريــرية التــي يطالعها في صحيفته، حيث من الطبيعي أن يختلف مــوقفه مــن مــضمونها في حالة كونها مادة صحفية أو مادة إعلانية مدفوعة الثمن والأمثلة علي ذلك متعددة، فقد نشرت جريدة الأخبار[٣١] إعلان تحريري غير مميز علي صحفه كاملة وحمل عنوان "الاقتصاد المصري يتحدث عن نفسه" وهو إعلان تحريري عن إنجازات مرشح الحزب الوطني.

ونــشرت صحفية مايو[٣٢] إعلانا غير مميزا بعنوان "أمانة العمال المركزية تنظم معسكرا لشرح البرنامج الانتخابي للرئيس مبارك" ونشرت جريدة الأهرام[٣٣] إعلانا غير مميزا بعنوان "من أجل البسطاء .. يناقشهم ويسعي لرفع مستوي معيــشتهم"، وذلك لصالح مرشح الحزب الوطني، ونشرت أيضا[٣٤] إعلانا غير مميزا بعنوان "تؤيدك لما حققتموه من إنجازات"... وذلك لصالح مرشح الحزب الوطني أيضا، وغير ذلك كثير.

ونــشرب جــريدة الجمهورية[٣٥] إعلانا غير مميزا بعنوان "عهد وميثاق نؤيدك لما حققتموه من إنجازات" لصالح مرشح الحزب الوطني.

٥- يلفت الانتباه قله الملاحظات المتعلقة بالضوابط الخاصة بالمحافظة علي الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية، والالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين، ومما يؤكد هذا الالتزام الأخير عدم ورود أية شكاوي للمجلس الأعلى للصحافة بعدم تطبيق حق الرد، كما أنه لم ترفع آية دعاوي قضائية في هذا الشأن.

٦- إن المؤشرات التي أسفر عنها تطبيق ضوابط التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية يجب النظر إليها في سياق يعترف بأن هذه الانتخابات الرئاسية هي أول انتخابات تعددية علي هذا المستوي في مصر، وقد مثلت واقعا جديدا في الممارسة السياسية وبالتالي فهي تمثل أيضا واقعا جديدا في الممارسة الصحفية، ولم يسق أن وجدت أنماط سابقة لهذه الممارسة أو قواعد مهنية مستقرة ترشد الأداء الصحفي وتوجهه، وكان لغياب هذه الأنماط والقواعد المهنية أثر واضح علي ظهور العديد من الممارسات السلبية التي سبق الإشارة إليها، ولم تخلو منها صحيفة مصرية سواء كانت قومية أو حزبية أو خاصة.

ومن المهم الانتباه إلي أن التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية اصطدمت بأنماط وأساليب أداء مستقرة للصحافة المصرية شكلت تراثا يصعب تجاهله وتمثل في ارتباط الصحف القومية – نتيجة نمط الملكية – بالتوجهات الرسمية، وتمثل في النظر إلي الصحف الحزبية باعتبارها أداة للدعاية السياسية للحزب الذي تصدر عنه، إضافة إلي حداثة تجربة الصحافة الخاصة في محاولة صنع صحافة مستقلة، وذلك كله يعوق عملية أحداث تغيير جذري وفوري في أسلوب تعامل الصحف المصرية مع مثل هذه الانتخابات الرئاسية التعددية، فالأمر يحتاج إلي صبر ووقت ورغبة جدية في تطوير الصحافة المصرية.

ثانياً: الراديو والتلفزيون والانتخابات الرئاسية:

١- يمـــنح القانون لاتحاد الإذاعة والتلفزيون وحده الحق في البث الإذاعي والتلفزيونـــي في مصر، والاتحاد مملوك للدولة وتشرف الحكومة علي إدارته وتوجيهه بشكل مباشر عن طريق وزارة الإعلام، ولعل هذا ما يفـــرق بـــين اتحاد الإذاعة والتلفزيون في مصر وغيره من الاتحادات المثيلة في بريطانيا وفرنسا وألمانيا وبقية دول غرب أوربا وفي بعض الـــدول الناميـــة مثل الهند، حيث تملك الدولة وسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ولكنها تضع لها من القوانين ما يحقق الاستقلال الكامل عن الحكـــومة، وذلـــك انطلاقا من مفهوم يقوم علي أن الدولة تمثل جميع المواطنين وهي دائمة، في حين أن الحكومة تمثل حزبا من المواطنين قـــد يتغيـــر مـــن فترة إلي أخري وفقا لما تجئ به صناديق الانتخاب، يـــضاف إلي ذلك السماح للمواطنين في هذه الدول الديموقراطية بحق بـــث الخدمات الإذاعية والتلفزيونية جنبا إلي جنب مع إذاعة وتلفزيون الدولة.

وقـــد أوجد تعديل المادة ٧٦ من الدستور إشكالية مهمة، إذ كيف يمكن إجراء انـــتخابات رئاسية تعددية في ظل سيطرة الحكومة علي الجهاز الإعلامي الذي يحتكر وحده البث الإذاعي والتلفزيوني في البلاد.

لذلك كان من الطبيعي أن توضع عدد من القوانين والضوابط التي تحول دون اســـتغلال الحكومة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني لخدمة مرشحها للرئاسة، حتى يمكـــن ضمان المصداقية للانتخابات الرئاسية أمام الرأي العام الوطني والعربي والعالمي.

٢- ليس صعبا الاعتراف بتوفر قدر كبير من الموضوعية وعدم التحيز في التغطية الإذاعية والتلفزيونية للانتخابات الرئاسية وبالذات في الأسابيع الثلاثة التي تم تحديدها كفترة للدعاية الانتخابية.

واختفت ظواهر رأيناها للأسف في الصحف بمختلف اتجاهاتها، فلا يوجد طعن في المرشحين المنافسين أو اقتحام خصوصيتهم وعدم استخدام الألفاظ والعبارات غير اللائقة، واختفي أيضا الخلط بين الإعلام والإعلان، ولم يلجأ أي في المرشحين للترويج للعنف أو التهديد به أو استخدام الشعارات الدينية، ولم يذع ما يمكن اعتباره تحريضا ضد الوحدة الوطنية، كذلك خلت الخدمات الإذاعية والتلفزيونية من الاستخدام السيئ لاستطلاعات الرأي العام في التأثير علي اتجاهات الناخبين.

٣- وفي التطبيق العملي فقد أتيحت للمرشحين العشرة فرصا تكاد تكون متساوية لمخاطبة المواطنين من خلال الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية، واستحدثت برامج إذاعية وتلفزيونية حوارية استضافت حلقاتها ممثلي الأحزاب المتنافسة بل واستضافت رموزاً من الأحزاب التي لم تتقدم بمرشحين للرئاسة لشرح وجهة نظرهم.

وقد نجحت هذه الممارسة الإذاعية والتلفزيونية المتوازنة في استعادة ثقة المشاهدين والمستمعين في موضوعية ومصداقية إعلامهم الوطني المسموع والمرئي، وتوقع الكثيرون "ونحن منهم" أن يتم تأصيل مفهوم الممارسة الإعلامية المتوازنة والموضوعية في الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المملوك للدولة علي أمل أن تستمر تلك الممارسة في الانتخابات البرلمانية وتكون بذلك مدخلا طبيعيا ومأمونا لتغيير نمط العلاقة بين الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المملوك للدولة وبين الحكومة، من نمط الإشراف والتوجيه المباشر إلي نمط الاستقلال الكامل وفق ضوابط المسئولية الاجتماعية للإعلام.

٤- رغم أن الطابع العام للتغطية الإذاعية والتلفزيونية للانتخابات الرئاسية جاء متوازنا ويحمل قدرا كبيرا من الموضوعية، إلا أن المتابع المدقق يستطيع أن يضع يده علي عدد من الممارسات السلبية، والتي تؤكد

وجـــود عدد من المسئولين في الإذاعة والتلفزيون مازالوا تحت تأثير تـــراث طويل من السيطرة الحكومية، ومن أمثلة ذلك ما لا حطناه من تحيز واضح لمرشح الحزب الوطني في التنويهات التي أذاعها الراديو والتلفـــزيون لتفعيل مشاركة المواطنين في الانتخابات، وتمثل ذلك في التشابه الكبير بين هذه التنويهات العامة وبين إعلانات الدعاية لمرشح الحزب الوطني في الراديو والتلفزيون، بحيث تصب هذه التنويهات في صـــالح دعايـــة مرشح الحزب الوطني، كذلك فإن العديد من البرامج الحوارية لم يخلو برنامج واحد منها من ممثل للحزب الوطني في حين تـــنوع ممـــثلو بقية الأحزاب الأخرى علي البرامج، فعلي القناة الأولي قدمت عدة حلقات من برنامج "ملف خاص" وفي كل حلقة تم استضافة ممـــثل للحزب الوطني ي حين لم يدعي سوي عدد محدود من ممثلي الأحـــزاب الأخـــرى، بل هناك أحزاب لم تمثل تماما في هذه الحلقات، وتكـــررت الظاهـــرة ذاتهـــا في برنامج "حالة حوار" وظهر الانحياز الواضح في حلقته التي قدمت مساء يوم الانتخاب[٣٦] حين تم تخصيص الحلقة بالكامل لحوار مع مرشح الحزب الوطني.

وعلـــي القناة الثانية ظهر التحيز بوضوح في برنامج "البيت بيتك" حين تعمد أحـــد مقدمي البرنامج إحراج عدد من المرشحين أو تقديمهم بصورة تسئ إليهم عند ناخبيهم.

وفـــي الإذاعة استمر البرنامج العام في تقديم برنامج "حوار مع خطاب السيد الرئيس" والذي تضمن دعاية مباشرة لمرشح الحزب الوطني.

ورغـــم هـــذه الملاحظـــات الـــسلبية فقد ظل الطابع العام للتغطية الإذاعية والتلفـــزيونية مقبولا إلي حد ما من المتابعين الذين كانوا يتوقعون ممارسة أقل موضـــوعية وتـــوازنا بفعـــل تخوفهم من تأثيرات التراث الطويل من السيطرة الحكومية علي الإعلام الإذاعي والتلفزيوني.

٥- لقــد تميز النظام الإعلام المصري في السنوات الأخيرة بفعل متغيرات محلــية وعالمــية وتكنولوجية بقدر من المرونة سمح بظهور القنوات الفــضائية الخاصـــة المملوكة لمصريين، وقد تمثلت تلك المرونة في تجــاوز نصوص القانون الذي يعطي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون وحده حق احتكار البث الإذاعي والتلفزيوني في مصر، وذلك حين تم إطلاق القمــر الــصناعي المــصري نايل سات، وأبدي عدد من المصريين رغبــتهم في إنشاء قنوات فضائية تبث من النايل سات، فتمت الموافقة لهم، وكانت الحجة التي تم الاستناد إليها في إصدار الموافقة، أن قانون الاتحـــاد صدر في وقت لم يكن ظهر فيه البث الفضائي، وبالتالي فهذا القانون يسري علي البث الأرضي ولا يمتد أثره إلي البث القضائي.

وبــذلك ظهــرت قناتـــي دريم والمحور وغيرهما من الفضائيات المصرية، ويلاحــظ بــشكل عـــام أن هاتــين القناتين رغم كونهما ملكية خاصة إلا أنهما يتــشابهان كثيــرا مــع القنوات الأرضية الحكومية مع اتساع طفيف في هامش الحرية.

والمــتابع المدقق لمواقف هاتين القناتين من الانتخابات الرئاسية سوف يتبين تأيــيدهما لمرشح الحزب الوطني بشكل واضح، وقد ظهر ذلك في عدم التوازن بــين التغطــية الإعلامــية لمرشـــح الحزب الوطني وبقية المرشحين الآخرين للرئاسة، سواء في البرامج الحوارية أو الأحاديث التلفزيونية أو تغطية اللقاءات الجماهيــرية للمرشـــحين، وقـــد تميزت قناة دريم بقيادة الحملة الدعائية لمرشح الحزب الوطني.

[٢]

المعالجة الإعلامية للانتخابات البرلمانية

يوجد اختلاف جوهري بين الانتخابات الرئاسية والانتخابات البرلمانية، فالأولي تتعامل مع دائرة واحدة هي مصر كلها، وعشرة متنافسين، في حين أن الثانية تتعامل مع (٢٢٢) دائرة تنتشر في القطر كله بمدنه وقراه، لذلك كان من الطبيعي أن تلعب وسائل الاتصال الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفزيون الدور الرئيسي في التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية، في حين أصبح الاتصال المباشر: الشخصي والجمعي هو الأكثر فعالية في الانتخابات البرلمانية.

وقد تبين أنه من السهل وضع قواعد نمطية لتغطية وسائل الإعلام الجماهيرية للانتخابات الرئاسية، في الوقت الذي تأكد فيه عدم القدرة علي متابعة تطبيق هذه القواعد علي الاتصال المباشر.

كذلك يتبين صعوبة قيام الإعلام الإذاعي، والتلفزيوني المركزي بالتغطية الإعلامية لهذا الكم الهائل من الدوائر الانتخابية وإعداد المرشحين الذين زادوا علي خمسة آلاف مرشح، لذلك تم حل هذه المعضلة يجعل الإعلام المركزي من القاهرة مختصا بتغطية برامج الأحزاب المشاركة في الانتخابات، وفيما عدا ذلك يترك للأعلام المحلي التعامل فيه مع المرشحين، ونظراً لكبر حجم القاهرة الكبرى بمحافظاتها الثلاث فقد أضيفت ساعتين لإرسال القناة الثالثة، وإنشاء قناة

معاونــــة هــــي قناة البرلمان، وذلك حتى لا تجور التغطية الإعلامية للانتخابات البـــرلمانية علـــي الخـــدمات الأخـــرى التي تقدمها الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الرئيسية للمستمعين والمشاهدين.

وسوف نتناول التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية من خلال ثلاثة محاور الأول التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية والمحور الثاني: التغطية الإذاعية والتلفزيونية للانتخابات البرلمانية، والمحور الثالث: الاتصال المباشر ودوره في الانتخابات البرلمانية.

أولاً: الصحافة والانتخابات البرلمانية:

١- مـــا زال الاتـــصال المباشـــر هـــو النمط السائد في الدعاية الانتخابية والانـــتخابات البـــرلمانية، وهـــو تقليد أستمر منذ قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م حـــيث ظلـــت الانـــتخابات البرلمانية تعتمد في الأساس علي الاتـــصال المباشـــر، فقد كان جميع المرشحين ينتمون في الغالب إلي التنظيم السياسي الواحد سواء كان الاتحاد القومي أو الاتحاد الاشتراكي. وكـــان دور الـــصحافة يقتـــصر علي متابعة الحدث الانتخابي نفسه أو الترويج للعملية الانتخابية.

وبعـــد عودة الأحزاب في عام نهاية السبعينيات من القرن الماضي وصدور العديـــد مـــن الـــصحف الحزبية، بدأت الصحافة الحزبية تلعب دوراً أخذ يتزايد بالـــتدريج في الانتخابات البرلمانية مع تنامي دور الأحزاب في الحياة السياسية بشكل عام وفي الانتخابات البرلمانية بشكل خاص.

وفـــي الـــسنوات الأخيـــرة تـــراجع دور الصحافة الحزبية في التأثير علي الانتخابات البرلمانية كنتيجة طبيعية لضالة التمثيل الحزبي في البرلمان، بحيث وجـــدت أحـــزاب لم تنجح في إيصال ممثلين عنها إلي البرلمان، وفي كثير من الأحيان تفوق دور بعض الصحف الحزبية علي الأحزاب الي تمثلها حتى وصل

الأمــر إلي القول بأن الأحزاب في مصر مجرد ظاهرة صحفية، وتقدم لنا نتائج الانتخابات البرلمانية الأخيرة أكبر دليل علي ذلك.

٢- غابــت الموضــوعية وظهر التحيز واضحا من جانب غالبية الصحف القومية لصالح مرشحي الحزب الوطني الحاكم، وقد تمثل ذلك في إبراز المؤتمــرات التــي يعقدها الحزب لمناصرة مرشحيه وخاصة تلك التي يحــضرها عــدد مــن قــيادات الحزب، كذلك ظهر التحيز في ضيق المساحات التي خصصتها هذه الصحف لمرشحي الأحزاب الأخرى أو المستقلين، ومن الأمثلة البارزة لهذه الممارسات قيام الأهرام(٣٧) بإفساح مــساحة كبيرة في الصفحة الأولي والصفحات الداخلية لمؤتمر انتخابي للحــزب، وإبراز صور قادة الحزب وقد أفصحت الجريدة عن تأييدها لمرشــحي الحــزب الوطنــي في أكثر من مقال كتبه رئيس تحريرها، وشــاركه في ذلك عدد من كتاب الجريدة في إعداد متتالية طوال فترة الانــتخابات، كذلك نشر الأهرام(٣٨) ملحقا مدفوع الثمن يتضمن برنامج الحــزب الوطني في عشر صفحات، ولم تعامل بقية الأحزاب بالمثل، كــذلك نشرت الأهرام تقارير صحفية متعددة أوحت إلي القراء بتوقعها فــوز عدد كبير من مرشحي الحزب الوطني وخاصة رموزه وقياداته، ولم تفعل ذلك مع بقية المرشحين الذين ينتمون إلي الأحزاب الأخرى أو مع المستقلين.

كــذلك فعلــت جــريدة الأخبار بمتابعتها لنشاطات مرشحي الحزب الوطني وإبراز مساهماتهم في خدمة دوائرهم، ولم تقم بذلك مع المرشحين الآخرين، فقد نــشرت(٣٩) وقائــع المؤتمر الانتخابي للحزب الوطني في المنوفية الذي حضره رئــيس الــوزراء وعدد من الوزراء لدعم مرشحي الحزب ونقلت تصريحاتهم المتضمنة دعايات صريحة لمرشحي الحزب الوطني.

أما صحيفة الجمهورية فأن تحيزها لمرشحي الحزب الوطني وخاصة وزراء الحــزب ورمــوزه احتلت أماكن بارزة في صفحتها الأولي وصفحاتها الداخلية وقــدمت فــي أحــد إعــدادها[٤٠] والأعــداد التي تلته إنجازات وزراء الحزب المرشــحين أمــثال وزير الري ووزير المالية ووزير الإسكان ورئيس مجلس الشعب وغيرهم من المسئولين في الحزب الوطني.

وكانــت جــريدة روز اليوسف اليومية أشد الصحف القومية تأييدا لمرشحي الحــزب الوطني بشكل واضح ولم تبذل جهدا لإخفاء هذا التحيز ومن أمثلة ذلك نشرها حديثا مع الدكتور حسام بدراوي أحتل صفحة كاملة[٤١].

أمــا الــصحف التــي تصدر عن الأحزاب المعارضة مثل الأهالي والعربي والــوفد والغــد فقد كان انحيازها لمرشحيها واضحا ومفهوما ويتسق مع دورها كصحف حزبية.

وتراوحت مواقف الصحف الخاصة بين تأييد بعض مرشحي الحزب الوطني ومعارضــة الــبعض الأخر منهم، وكانت أكثر الصحف قربا من الموضوعية وعــدم التحيــز صحيفتي "المصري اليوم" و"نهضة مصر" وإن لم تخلو بعض أعدادهما من انحياز لبعض مرشحي الحزب الوطني.

٣- لــم تراعي معظم الصحف القومية والحزبية وبعض الصحف الخاصة مــبادئ احتــرام الخــصوصية وعدم الطعن في سلوك المرشحين أو أخلاقهــم، كمــا لم يلتزم بعضها بعدم استخدام الألفاظ غير اللائقة، فقد شنت معظم الصحف القومية هجوما عنيفا ضد ممثلي التيار الديني من جماعــة الأخوان المسلمين وكذلك المرشحين عن حزب الغد ورئيسه، وقــد غالت في ذلك صحفية روز اليوسف اليومية بالإضافة إلي مجلة روز اليوسف الأسبوعية، واستخدمت في ذلك كافة الفنون الصحفية من أخبار وتحقيقات وأحاديث ومقالات رأي، ونشرت جريدة روز اليوسف

اليومـــية[٤٢] خبـــراً علي صفحتها الأولي تهاجم الإخوان تحت عنوان "انـــتهازية سياسية" وفي عدد أخر[٤٣] اتهمت الجريدة مرشحي الأخوان بعنوان "الفاشست"، والغريب أن جريدة الأهرام[٤٤] الرصينة شاركت في الحملـــة علـــي الإخـــوان في أكثر من عدد وكان أشدها ما كتبه رئيس تحرير الأهرام في مقاله الافتتاحي تحت عنوان "الفتنة الانتخابية".

وشاركت جريدتي الأخبار والجمهورية ومجلة المصور في الحملة علي الإخوان واتهمتهم باستغلال الدين في المعركة الانتخابية.

ومارســـت الصحف الحزبية نفس الأسلوب ولكن بالطعن في الحزب الوطني ومرشحيه، فجريدة الوفد تنشر[٤٥] تقريرا بعنوان "سقوط رموز الفساد في الحزب الوطنـــي" وامـــتلأت مانشتات جريدة الغد بالطعن في مرشحي الحزب الوطني، حيث تنشر علي سبيل المثال[٤٦] تقريراً بعنوان "اعتداء بلطجية الحزب الوطني علـــي أحـــدي عـــضوات حزب الغد" وتزداد قسوة جريدة الحزب الناصري في الطعـــن فـــي قـــيادات الحزب الوطني، ومن ذلك ما نشرته[٤٧] بعنوان "حروب الـــسلاح" والمخـــدرات والبيزنس التي أشعلها الشاذلي وعز وكامل في محافظة الـــسويس "أمـــا جريدة الكرامة[٤٨] فقد اتهمت مرشحي الحزب الوطني بالبلطجة وأطلقت عليهم" حيتان الوطني" واتهمتهم بإنفاق ٣٠ مليار لسرقة البرلمان.

٤- وفي مناخ الهجوم علي مرشحي الإخوان المسلمين، تم اتهامهم من قبل بعـــض الـــصحف القومية بالترويج للعنف واستخدام الشعارات الدينية وتعريـــضهم للـــوحدة الوطنـــية للخطـــر، وفي المقابل اتهمت صحف المعارضـــة مرشحي الحزب الوطني بالبلطجة والترويج للعنف وأيضا اســـتخدام الشعارات الدينية وهو الأمر الذي يؤكد أن الجانبين: مرشحي الحـــزب الحـــاكم والمعارضة لم يلتزموا بمبدأ عدم الترويج للعنف أو الـــتهديد بـــه والالتـــزام بعدم استخدام الشعارات الدينية وعدم نشر ما يتضمن تحريضا أو يمس النسيج الوطني وتماسكه.

٥- لم يتم احترام مبدأ عدم الخلط بين الإعلام والإعلان فقد نشرت معظم الصحف القومية والحزبية والخاصة إعلانات تحريرية عن بعض المرشحين بدون أو ترافقها رموز تبين إنها إعلانات مدفوعة الثمن، ويبرز في هذا المجال ما نشرته الأهرام أكثر من مرة عن محمد مرشدي مرشح دائرة المعادي وطره والبساتين، وما نشرته جريدة الأسبوع عن المرشح المستقل أكمل قرطام.

ثانياً: الراديو والتلفزيون والانتخابات النيابية:

١- يلاحظ تركيز التغطية الإذاعية والتلفزيونية علي أهمية التفعيل والمشاركة السياسية للمواطنين في الانتخابات البرلمانية وطرح مجموعة القضايا والمشكلات الموضوعية علي أجندة البرلمان القادم، مع الابتعاد تماما عن تأييد أو معارضة مرشح بعينه، مقابل إتاحة الفرصة للأحزاب للتعبير عن وجهات تنظرها وبرامجها الانتخابية والقضايا المتعلقة بالسياسات العامة لكل حزب في البرامج الحوارية ومن خلال الأوقات المخصصة للأحزاب في الراديو والتلفزيون وفي الحقيقة فإن التلفزيون لم يكن موفقا في تغطية أحداث الانتخابات البرلمانية، وكان مستوي الحوار ضعيفا، ولم يحسن اختيار الشخصيات المناسبة إلي دعاها للمشاركة في برامجه الحوارية، والسبب الرئيسي لذلك كله أنه كان يريد أن يبدوا للمشاهدين جهازا موضوعيا وغير متحيز، في الوقت الذي كانت تحركه رغبة محمومة في الانتصار للحزب الحاكم ومرشحيه، لذلك سرعان ما كشف التلفزيون عن تحيزه الصارخ بعد مرور أيام قلائل علي بدء المرحلة الأولي للانتخابات، وخاصة بعد بروز مرشحي الإخوان المسلمين.

٢- إن معالجة التلفزيون القضية الإخوان المسلمين وظهورهم القوي في

الانـــتخابات البرلمانية افتقدت الموضوعية، وأضرت بسمعة التلفزيون بـــشكل عام، وقضت علي القدر الذي حققه من المصداقية لدي جمهور المشاهدين في الانتخابات الرئاسية، والغريب أن التلفزيون لم يستفد من هـــذا التحيز، فقد أحدثت برامجه الموجهة ضد الإخوان نتائج عكسية، وهو أمر بات معروفاً لدارسي الإعلام وممارسيه، فقد أصبح المواطن الآن سواء كان قارئا أو مستمعاً أو مشاهدا يرفض الدعاية المباشرة أو التوجيه الصريح، والجديد في الأمر أن المتلقي لم يعد يكتفي برفض ما يـــراد فرضه عليه من آراء أو أفكار بل صار يتصرف عكس ما يملي عليه تماما، وقد أكدت البحوث الإعلامية الحديثة إن الإعلام الموجه لم يعد يشارك في التنمية الوطنية، بل أصبح دافعا لمزيد من التخلف.

وبـــناء علـــي ذلـــك فإن الحملة الإعلامية ضد الإخوان ساهمت في إبرازهم ونجـــاح أكبـــر عدد من مرشحيهم وهو ما يفسر ما نتج عن قيام برنامج "حالة حـــوار"[٤٩] في القناة الأولي بإذاعة حلقة خاصة ليلة الانتخابات امتلأت بالطعن الـــشديد فـــي الإخـــوان المسلمين دون أن نتاح لأي منهم فرصة المشاركة في البرنامج أو الرد علي الاتهامات.

وقـــد تكرر الأمر مع ذات البرنامج في ليلة الإعادة وقبيل انتخابات المرحلة الثانية، والمرحلة الثالثة وفي كل مرة كان يأتي بنتائج عكسية ولم يتعلموا الدرس إلا أخيـــرا فتوقفوا عن إذاعة حلقة جديدة مشابهة من البرنامج قبيل الإعادة في انتخابات المرحلة الثالثة...!

ونفـــس الممارســـة الخاطئة جرت ولكن بشكل غير مباشر في برنامج البيت بيتك في القناة الثانية.

٣- تجاهل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني تغطية أحداث العنف والبلطجة التي سادت المعركة الانتخابية بمراحلها الثلاثة، ولم يشر إليها إلا في بعض

برامجه الحوارية، وكان هذا الإعلام قادرا أن يحجم من الظاهرة لو قام بمتابعتها إخباريا وقام بفضح من يشاركون فيها أو يشجعون عليها وإنما أكتفي بدور المتفرج فساعد علي ذيوع هذه الممارسات السلبية.

٤- وقد تكرر التجاهل مع ظاهرة أخري وهي استخدام سلاح المال والرشاوى الانتخابية باستثناء حالة واحدة قام فيها برنامج ملف خاص بإذاعة تقرير قصير عن ظاهرة الرشاوى الانتخابية لاقى استحسانا من كافة المشاهدين، ولو استمر التلفزيون في إذاعة مثل هذه التقارير التي تكشف الممارسات السلبية في الانتخابات لساعد كثيرا في القضاء عليها أو علي الأقل تقليلها أو الحد منها.

٥- لقد حملت الشبكات الإذاعية المحلية والقنوات التلفزيونية المحلية بمسؤولية إتاحة الفرصة للمرشحين في المحافظات للظهور والتحدث لمدة ثلاثة دقائق، وقد تبين في التجربة العملية عدم وجود الإمكانيات البشرية والفنية القادرة علي القيام بهذه المهمة لذلك فقد كان من المهم توفير الإمكانيات اللازمة لهذه الشبكات والقنوات قبل الالتزام أمام الرأي العام بهذه المهمة التي لم يتحقق منها الكثير.

٦- تبين أن فكرة إنشاء قناة خاصة لتغطية الانتخابات البرلمانية، غير عملية وغير مفيدة ولا تحقق الهدف الذي أنشأت من أجله وهو تفعيل مشاركة المواطنين وزيادة اهتمامهم بمتابعة العملية الانتخابية، وكان الأفضل توزيع التغطية الإعلامية للانتخابات علي كافة الشبكات والقنوات الرئيسية والمحلية لضمان وصولها إلي المستمعين والمشاهدين بدلا من إنشاء قناة متخصصة لن يشاهدها سوي عدد قليل من المواطنين في ظل تنوع وتعددية الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الأرضي والفضائي.

٧- لقد فقد الإعلام الإذاعي والتلفزيوني فرصة تحقيق سبق إعلامي في

إذاعة نتائج الانتخابات البرلمانية نتيجة التزامه بعدم التطرق إلي النتائج إلا بعد إعلانها رسمياً من المتحدث الرسمي باسم اللجنة العليا للانتخابات أو رئيس اللجنة وزير العدل، وفي التطبيق العملي فقد كان الراديو والتلفزيون يذيع النتائج بعد أن عرفها الناس من الصحف ومن الإذاعات والقنوات الفضائية العربية.

ثالثاً: الاتصال المباشر والانتخابات البرلمانية:

١- تبين أن الاتصال المباشر بنمطية الشخصي والجمعي هو الأكثر تأثيرا في التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية بسبب نظام الانتخاب الفردي وضعف الانتماء الحزبي.

٢- لوحظ غياب أي نوع من الالتزام بضوابط ومبادئ التغطية الإعلامية في الإعلام المباشر، حيث ساد الطعن المتبادل في سمعه المرشحين وأخلاقياتهم، واستخدمت بكثرة الألفاظ والعبارات غير اللائقة والتي وصل بعضها إلي مرحلة "الشتائم" وقد اقتحمت خصوصية بعض المرشحين، كما أطلقت ضدهم العديد من الاتهامات التي تمس الشرف والنزاهة.

٣- تم استخدام سلاح الإشاعة بكثرة في الانتخابات البرلمانية من أجل التأثير في الانتخابات، واتهم البعض بالعمالة لدولة أجنبية، واتهم البعض الآخر بالحصول علي أموال من دول عربية تريد التأثير في الانتخابات.

٤- استخدام سلاح المال أو التلويح به لجذب اهتمام بعض المواطنين وأعتبر بعض المرشحين أن سلاح المال أداة لكسب المزيد من الأصوات.

٥- تم استخدام الشعارات الدينية بكثرة في الملصقات والمنشورات في العديد من الدوائر ومن مرشحي مختلف الاتجاهات والأحزاب والمستقلين.

[٣]

ضعف المشاركة الشعبية

مـــن المهم الاعتراف بضعف مشاركه المواطنين المصريين في الانتخابات بكافة مستوياتها، ويمكن أن نؤكد ذلك من خلال استعراض عدد من الأرقام التي تبين ضعف هذه المشاركة، فقد بلغ عدد المواطنين الذين لهم حق التصويت في الانتخاب حوالي ٣٢ مليونا من بين حوالي ٧٢ مليون كما يشير أخر تعداد لعدد الـــسكان في مصر، أي بنسبة لا تزيد عن ٤٤%، فإذا ما علمنا بأن عدد الذين شاركوا في الانتخاب الأخير لرئيس الجمهورية بلغ حوالي ٧ مليون ناخب، أي حوالـــي ٢٢% ممـــن لهم حق التصويت، وحوالي ٩,٧% من مجموع الشعب المصري!

ولـــنأخذ مـــثالا أخر لمستوي مساهمة قوة أساسية من قوي الشعب المصري وهـــي المرأة وهي تمثل حوالي نصف عدد سكان مصر، فقد بلغت نسبة تمثيلها فـــي مجلـــس الشعب الأخير ٢,٤% وفي مجلس الشورى ٧,٥% وفي المجالس المحلـــية ١,٧%، علما بأن جميع عضوات مجلس الشورى من المعينات، وفي الانتخابات الأخيرة لمجلس الشورى لم يقم أي حزب من أحزابنا بما فيهم الحزب الحاكم بترشيح أية سيدة لعضوية المجلس.

لـــذلك فإن أية محاولة لتفعيل مشاركة المواطنين في الانتخابات لابد أن تبدأ بتوصـــيف دقيق لمعوقات هذه المشاركة وأهمها من وجهة نظرنا، ارتفاع معدل الأمـــية بـــين الرجال والنساء وبين النساء أكثر، وضعف الحياة السياسية والذي يتمثل في قله تأثير الأحزاب السياسية بسبب القيود التي تعوق حركتها واعتمادها

علـــي صـــحيفة الحزب وحدها في الاتصال بجماهيرها وكثرة الخلافات داخل الأحـــزاب مما جعل منها؟ ظاهرة كلامية عاجزة عن الفعل السياسي المؤثر في الـــشارع المـــصري، وغـــياب التنشئة السياسية للأجيال الشابة في المؤسسات التعليمية، وهو الأمر الذي رسخ من ثقافة السلبية وعدم المبالاة وضعف الانتماء الـــسياسي وعدم التصدي الفعال للقضاء علي ظاهرة استخدام عنصر المال في العملـــية الانتخابـــية، وعـــدم التصدي الفعال لاستخدام العنف والبلطجة وبعض الأساليب غير المشروعة في الضغط علي الناخبين أو إرهابهم وتخويفهم لمنعهم مـــن التـــصويت للمرشح الذي يريدونه ويضاف إلي ذلك كله وجود العديد من المعـــوقات الإدارية التي لا تشجع المواطنين والمواطنات علي استخراج البطاقة الانتخابية أو الحصول عليها، وعلي سبيل المثال فإنه وفقا لقانون مباشرة الحقوق السياسية فإنه يسجل في جداول الانتخابات تلقائيا كل من بلغ السن القانونية من الرجال أو النساء وتوافرت له الأهلية القانونية، غير أنه يستلزم استخراج بطاقة انتخابـــية من الدائرة المقيد بها المواطن بشرط وجود بطاقة شخصية وأن يكون محـــل الإقامة الثابت بالبطاقة تابعا للدائرة التي يستخرج منها بطاقة الانتخابات وقـــد ظهـــر في هذا الإطار عدة معوقات رصدتها العديد من جمعيات المجتمع المدني التي تعمل في هذا المجال.

وتعانـــي المـــرأة أكثر من الرجل من هذه المعوقات وعلي سبيل المثال تزيد نسبة سواقط القيد بين النساء حيث تهمل العديد من الأسر الريفية تسجيل الإناث من المواليد، الأمر الذي يعيق قدرة هؤلاء النساء علي استخراج بطاقة شخصية قبل الخوض في إجراءات معقدة لقيد أنفسهن في سجل المواليد، وتتعقد المشكلة فـــي كثير من الأحيان أمام النساء الأتي تزوجن وانتقلن للحياة مع أزواجهن في مـــناطق جغرافية أخري تبتعد في بعض الأحيان مئات الكيلو مترات عن مكان ولادتهـــن الأمـــر الذي يجعل استكمال الإجراءات واستخراج الأوراق الرسمية مـــسألة غايـــة في الصعوبة خاصة إذا ما كانت معظم هؤلاء النسوة فقيرات لا يتحملن تكاليف الانتقال من مكان الإقامة إلي مكان الميلاد.

وفـــي حالة توافر بطاقة شخصية مع المرأة فأنه عادة ما يكون محل الإقامة المسجل بها هو محل الميلاد، ولا يتم تغير البيان عند انتقالها للإقامة مع زوجها فـــي مكـــان آخـــر، الأمـــر الذي يعيق عملياً قدرتها علي المشاركة في الدائرة الانتخابـــية المرتبطة بمحل إقامتها الحالي إلا بعد تجاوز سلسلة من الإجراءات الطويلة والمعقدة لنقل قيدها من محل ميلادها إلي محل إقامتها مع الزوج.

كـــذلك فإن وجود مكاتب السجل المدني داخل أقسام الشرطة وهو الأمر الذي يسبب رهبة لدي النساء اللاتي لا يرغبن في الذهاب للمكان.

ويلاحـــظ سوء استخدام وسائل الإعلام في العملية الانتخابية ومن خلال عدم أتاحـــه فرص كافية للقوي السياسية للتعبير عن أرائها، وأيضا من خلال سطوة رأس المـــال وسيطرته علي بعض وسائل الإعلام، إضافة إلي أشراف الحكومة علـــي وسائل الإعلام المملوكة للدولة، بما يصعب من إتاحة الفرص المتوازنة والعادلة بين كافة المرشحين.

ويـــضاف إلي ذلك عدم الاهتمام الكافي من وسائل الإعلام لتوعية المواطن العـــادي بأهمية المشاركة السياسية عن طريق نشر ثقافة الانتخاب، بحيث يفهم المواطنـــين العـــادي مـــا هو الفرق بين القائمة النسبية والانتخاب الفردي وما المقـــصود بالمجمـــع الانتخابـــي، وما هي الرقابة الدولية علي الانتخابات، وما مبـــرراتها؟ ومـــن يرفضونها؟ وما الفروق الجوهرية بين برامج الأحزاب في القضايا الأساسية التي تهم المواطن، وغيرها من القضايا التي يساعد فهمها علي تفعـــيل مـــشاركة المواطنـــين في الحياة السياسية ولقد أثبتت تجربة الانتخابات الرئاســـية والنيابـــية ضـــرورة إجراء إصلاح إعلامي حقيقي يتمشي مع تطور النظام السياسي المصري في طريق توسيع مساحة الديموقراطية.

أن الدرس الرئيسي الذي نخرج به من متابعة المعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية يقوم علي الاعتقاد بأن الأوضاع الإعلامية في مصر لم تعد ملائمة لما حدث من تغير في النظام السياسي المصري باعتماد التعددية الحزبية واختـــيار رئـــيس الجمهـــورية بالانـــتخاب الحر المباشر، ذلك أن بقايا الطابع

الـــسلطوي في النظام الإعلامي المصري أصبحت تتناقض مع ما استحدث من تغييـــرات سياسية رغم محدوديتها، وهو الأمر الذي يتطلب التخلص من بعض الـــسمات الـــسلطوية في النظام الإعلامي المصري، والسبيل إلي ذلك هو العمل علـــي إيجاد صيغة جديدة لنمط الملكية في الصحافة القومية يتيح لهذه الصحافة الاســـتقلال عـــن ســـلطات الدولـــة الأخرى وبالذات السلطة التنفيذية ممثلة في الحكـــومة والسلطة التشريعية ممثلة في مجلس الشورى، ذلك أن مفهوم السلطة في المجتمع الديموقراطي الحديث لم يعد قاصرا علي السلطات الثلاث التقليدية: التنفـــيذية والتشريعية والقضائية، وإنما أصبح المفهوم يضم سلطات أخري في المجـــتمع تـــشارك في اتخاذ القرار بشكل مباشر أو غير مباشر مثل الأحزاب السياسية والنقابات ومنظمات المجمع المدني والرأي العام ووسائل الإعلام، ولم يعد مقبولا أن تملك سلطة تشريعية أو شبه تشريعية مثل مجلس الشورى سلطة أخري في المجتمع وهي سلطة الصحافة.

وفي الوقت نفسه لابد من التخلص من كافة القيود والمعوقات التي تحول دون المواطنين الإفراد وحق إصدار وتملك الصحف باعتباره حق طبيعي من حقوق المواطن.

كـــذلك مـــن الضروري العمل علي الفصل بين مفهوم ملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني وبين سيطرة الحكومة علي هذا الإعلام، ضمانا لاستقلاله، والسماح للقطاع الخاص بحق البث الأرضي وفق ضوابط المسئولية الاجتماعية للإعلام، مع تفعيل مواثيق الشرف الصحفية والإذاعية لضمان التوازن بين حرية وسائل الإعلام وبين مسئولياتها تجاه المجتمع.

وأخيـــراً فإن الإعلام المصري يمكن أن يقوم بدور إيجابي وفعال في تغطية العمليات الانتخابية، ولكن هذا الدور يرتبط بإحداث إصلاح إعلامي وديمقراطي حقيقي.

هوامش الفصل السابع

1- Mill. John Stuart: On liberty. Oxford Press london. 1959, p.p. 72- 78.

2- Lpest. Seymour: Political Man. Heineman. Londo. n1998, p.p. 218-222.

3- Laski. Harold: The Rise of Europian Liberalism. Unwin Books. London. 1962. p.p., 82- 89.

4- Heil. Faster: Communication In History. 3rd Edition. The Macmilan Company. New york., 2003. p.p., 220- 227.

5- Row. Koland: Communication And Change. Heineman. London., 2003, p.p., 63- 68.

6- Evans. Harold: Liberty and Licence. Heineman. London. 3rd Edition. 2002, p.p., 117- 119.

7- Walter Raymond: Dictionary of polictics. Oxford Press. London. New york. 1997. p.p. 82- 87.

8- International Encyclopedia of Social Sciences. The Macmilan Company. London. New york., 2001- p.p. 217- 223.

9- Altschull. J. Herbert: Agents of power. 3rd Edition. Longman Communication Books. New york. London, 2003, p.p, 136- 139.

١٠- في يوم ٢٥ مايو جري الاستفتاء علي تعديل المادة ٧٦ من الدستور، وإضافة مادة برقم ١٩٢ مكررا إلي الدستور بحيث "ينتخب رئيس الجمهورية عن طريق الاقتراع السري العام المباشر" وفي اليوم التالي مباشرة أصدر رئيس الجمهورية التعديل، ونشر بالجريدة الرسمية في ذات اليوم.

وترتب علي تعديل المادة ٧٦ من الدستور، صدور عدد من القوانين والقرارات وإعلان المبادئ، اهتمت بوضع ضوابط قانونية ومعايير أخلاقية للتغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

١١- قانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ بتنظيم الانتخابات الرئاسية:

عالج هذا القانون التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية في ست مواد، بدء من المادة رقم (٢٠) وحتى المادة رقم (٢٥) وذلك علي النحو التالي:-

مادة (٢٠): تكون الحملة الانتخابية اعتبارا من بدء الثلاثة أسابيع السابقة علي التاريخ المحدد للاقتراع وحتى قبل يومين من هذا التاريخ، وفي حالة انتخابات الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان نتيجة الاقتراع وحتى الساعة الثانية عشرة ظهر اليوم السابق علي التاريخ المحدد للاقتراع في انتخابات الإعادة، وتحظر الدعاية الانتخابية في غير هذه المواعيد بأي وسيلة من الوسائل.

وتتضمن الدعاية الانتخابية الأنشطة التي يقوم بها المرشح ومؤيدوه، وتستهدف إقناع الناخبين باختياره، وذلك عن طريق الاجتماعات المحدودة والعامة، والحوارات، ونشر وتوزيع مواد الدعاية الانتخابية، ووضع الملصقات واللافتات، واستخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية، ,غيرها من الأنشطة التي يجيزها القانون أو القرارات التي تصدرها لجنة الانتخابات الرئاسية.

مادة (٢١): يجب الالتزام في الدعاية الانتخابية بأحكام الدستور والقانون وبقرارات اللجنة والقواعد الآتية:

١- عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين.

٢- الالتزام بالمحافظة علي الوحدة الوطنية، والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية.

٣- الامتناع عن استخدام العنف أو التهديد باستخدامه.

٤- حظـــر تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك مـــن المنافع أو الوعد بتقديمها سواء كان ذلك بصورة مباشرو أو غير مباشرة.

٥- حظر استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام في الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال.

٦- حظـــر اســـتخدام المـــرافق العامة ودور العبادة والمدارس والجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة في الدعاية الانتخابية.

٧- حظر أنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام في أغراض الدعاية الانتخابية.

مادة (٢٢): تلتزم وسائل الإعلام المرئية والمسموعة المملوكة للدولة بتحقيق المـــساواة بـــين المرشحين في استخدامها لأغراض الدعاية الانتخابية. وتختص لجنة الانتخابات الرئاسية بتقرير ما تراه من تدابير عند مخالفة حكم هذه المادة.

مـــادة (٢٣): يجـــب أن يتـــضمن مـــا تذيعه أو تنشره وسائل الإعلام من استطلاعات للرأي حول الانتخابات الرئاسية، المعلومات الكاملة عن الجهة التي قامـــت باســـتطلاعات للـــرأي، ,الجهة التي تولت تمويله، والأسئلة التي أشتمل علـــيها، وحجـــم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائه وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبه الخطأ المحتملة في نتائجه.

ويحظـــر نشر أو إذاعة أي من هذه الاستطلاعات خلال السبعة أيام السابقة علي اليوم المحدد للاقتراع وحتى انتهائه.

مـــادة (٢٤): يكـــون الحد الأقصى لما ينفقه كل مرشح في الحملة الانتخابية

عــشرة ملايــين جنــيه ويكون الحد الأقصى للإنفاق في حالة انتخابات الإعادة مليوني جنية.

مــادة (٢٥): يحــصل كل مرشح لرئاسة الجمهورية علي مساعدة مالية من الدولة تعادل خمسة في المائة من قيمة الحد الأقصى للأموال التي يجوز إنفاقها فــي الحملة الانتخابية، ومساعدة تعادل اثنين في المائة من هذه القيمة في حالة انتخابات الإعادة.

١٢- ١٢- قــرار لجــنة الانتخابات الرئاسية رقم (٣) لسنة ٢٠٠٥ بالقواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية:

وقد وافقت اللجنة علي هذا القرار بجلستها المنعقدة في ٢٠٠٥/٧/٢٤ ونشر بالجــريدة الرسمية في ٢٠٠٥/٧/٢٥، وقد تناول القرار تحديد القواعد المنظمة لحملات الدعاية الانتخابية في خمسة عشر مادة علي النحو التالي:

مادة (١): لكل مرشح حق التعبير عن نفسه/ والقيام بأي نشاط يستهدف إقناع الناخبــين باختياره، والدعاية لبرنامجه الانتخابي وذلك عن طريق الاجتماعات المحــدودة والعامة، والحوارات ونشر وتوزيع مواد الدعاية الانتخابية، ووضع الملــصقات واللافتات، واستخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية وغيرها من الأنشطة وذلك بحرية تامة في إطار الضوابط والقواعد الواردة في الدستور، وقانون تنظيم الانتخابات الرئاسية المشار إليه، ووفقا لهذا القرار.

مادة (٢): يتعين الالتزام في الدعاية الانتخابية بالقواعد الآتية:

أولاً: عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين.

ثانــياً: الالتــزام بالمحافظــة علــي الوحدة الوطنية، والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية.

ثالثاً: الامتناع عن استخدام العنف أو التهديد باستخدامه.

رابعا: حظر تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

خامسا: حظر استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال في الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال.

سادسا: حظر استخدام المرافق العامة ودور العبادة والمدارس والجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة في الدعاية الانتخابية.

سابعا: حظر إنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام وقطاع الأعمال في أغراض الدعاية الانتخابية.

مادة (٣): تراقب لجنة الانتخابات الرئاسية ما تقوم به وسائل الإعلام المرئية والمسموعة المملوكة للدولة لأغراض الدعاية الانتخابية في سبيل تحقيق المساواة بين المرشحين في استخدام تلك الوسائل، ولها تقرير ما تراه من تدابير عند مخالفة ذلك.

مادة (٤): تبدأ الحملة الانتخابية اعتبارا ن يوم الأربعاء ٢٠٠٥/٨/١٧ وتنتهي يوم الأحد ٢٠٠٥/٩/٤ وفي حالة انتخابات الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان نتيجة الاقتراع وحتى الساعة الثانية عشرة ظهر يوم الجمعة ٢٠٠٥/٩/١٦.

مادة (٥) استطلاعات الرأي التي تذيعها أو تنشرها وسائل الإعلام حول الانتخابات الرئاسية يجب أن تتضمن المعلومات الكاملة عن الجهة التي قامت بها، والجهة التي تولت تمويلها، والأسئلة التي اشتملت عليها، وحجم العينة ومكانها، وأسلوب إجرائها، وطريقة جمع بياناتها، وتاريخ القيام بها، ونسبة

الخطـــأ المحـــتملة في نتائجها، ويحظر نشر أو إذاعة أي من هذه الاستطلاعات خلال السبعة أيام السابقة علي اليوم المحدد للاقتراع وحتى انتهائه.

مـــادة (٦): يـــبكون الحد الأقصى لما ينفقه كل مرشح في الحملة الانتخابية عـــشرة ملايـــين جنية، ويكون الحد الأقصى للأنفاق في حالة انتخابات الإعادة مليوني جنية.

مادة (٧): يحصل كل مرشح لرئاسة الجمهورية علي مساعدة مالية من الدولة تعـــادل خمـــسة في المائة من قيمة الحد الأقصى للأموال التي يجوز إنفاقها في الحملـــة الانتخابية، ومساعدة تعادل اثنين في المائة من هذه القيمة في انتخابات الإعادة.

مـــادة (٨): يجـــوز للمرشح تلقي التبرعات النقدية أو العينية من الأشخاص الطبيعيين من المصريين، ومن الحزب الذي رشحه، علي ألا يجاوز التبرع من أي شـــخص طبيعـــي اثنـــين فـــي المائة من الحد الأقصى للإنفاق في الحملة الانتخابية.

مـــادة (٩): لا يجـــوز تلقي أي مساهمات، أو دعم نقدي، أو عيني، للحملة الانتخابية من أي شخص اعتباري، مصري أو أجنبي، أو من أي دولة أو جهة أجنبية أو منظمة أو أي جهة يساهم في رأسمالها شخص أجنبي، أو من شخص طبيعي أجنبي.

مـــادة (١٠): يلتـــزم كل مرشح قبل بداية الحملة الانتخابية، أن يفتح حسابا بالعملـــة المـــصرية، يخصص لتلك الحملة، في بنك مصر، أو البنك الأهلي، أو بـــنك الإســـكندرية. ويخطـــر المرشح اللجنة برقم الحساب، والفرع المودع فيه الحساب.

مادة (١١): يلتزم المرشح بأن يودع في حساب جملته الانتخابية ما تلقاه من

تبرعات، ,ما حصل عليه من مساعدة مالية من الدولة، وما يخصصه من أموال للحملة.

وعلـــي المرشـــح خلال الخمسة أيام التالية لإيداع الأموال، أو لصرفها تقديم بـــيان تفـــصلي إلي اللجنة بمصادر تمويل حملته، ومقدار التبرعات التي حصل عليها، وأسماء المتبرعين، وأوجه الإنفاق، مدعما بالمستندات الدالة علي ذلك ولا يجوز الإنفاق علي الحملة الانتخابية من خارج هذا الحساب.

مادة (١٢): تخضع حسابات الحملات الانتخابية للمرشحين لمراجعة الجهاز المركـــزي للمحاســـبات، علي أن يقدم تقريره للجنة الانتخابات الرئاسية خلال خمسة عشر يوما من تاريخ إحالة هذه الحسابات إليه، ويراعي أن يشتمل التقرير علي بيان الرصيد المتبقي في كل حساب وتوزيعه علي من ساهموا فيه، حسب نسب مساهمتهم.

مادة (١٣): يتم توزيع الرصيد المتبقي في حساب الحملة الانتخابية، علي من ســـاهموا فـــيه، بنـــسب مـــساهمتهم حسب ما يرد في تقرير الجهاز المركزي للمحاسبات، وذلك علي خطابات تصدر من اللجنة إلي البنوك.

مادة (١٤): علي المرشح أن يقدم إلي لجنة الانتخابات الرئاسية خلال خمسة عشر يوما من تاريخ إعلان نتيجة الانتخاب بيانا يتضمن مجموع الإيرادات التي حـــصل علـــيها ومـــصدرها وطبيعتها، وما أنفقعه منها علي الحملة وأوجه هذا الإنفاق وفي حالة عدم اعتماد اللجنة لهذا البيان بعد سماع أقوال المرشح وتحقيق دفاعه شفاهة أو كتابة، يلتزم بأن يرد إلي خزانة الدولة ما سبق أن حصل عليه من مساعدة مالية.

مـــادة(١٥): لكـــل مرشـــح أن يـــوكل مـــن يقوم نيابة عنه بجميع الأعمال والإجراءات المتعلقة بجميع المسائل المالية، وذلك بموجب توكيل موثق بمعرفة أحد مكاتب التوثيق بمصلحة الشهر العقاري والتوثيق.

وعلي المرشح تقديم صورة رسمية من التوكيل للجنة الانتخابات الرئاسية.

١٣- إعــلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة

وافق المجلس الأعلى للصحافة علي إصدار هذا الإعلان بجلسته بتاريخ ٧/١٩/ ٢٠٠٥ والذي جاء – كما ذكر في مقدمة الإعلان – إدراكا من المجلس الأعلى للــصحافة بحق المواطنين في معالجة صحفية موضوعية للانتخابات الرئاسية، وذلــك بعــد التعديل الدستوري الذي يكفل انتخاب رئيس الجمهورية بالاقتراع السري المباشر بين أكثر نم مرشح، وقد ضم الإعلان تسعة مبادئ وهي:

١- الحــرص علي تحقيق أكبر قدر من الموضوعية في التغطية الصحفية بين المرشحين لمنصب الرئاسة مع الالتزام الأدبي بتخصيص مساحات لتغطــية البــرامج والمؤتمــرات لكافة المرشحين إلي جانب الالتزام بتطبــيق حق الرد والتصحيح تطبيقا لأحكام القانون، وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين.

٢- الالتــزام بنــشر الأخــبار الصحيحة حول الانتخابات وعدم الطعن في ســلوك أحد المرشحين أو أخلاقه وعدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين، بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات.

٣- الالتــزام بالمحافظــة علــي الــوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الــشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية.

٤- عدم استغلال استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات في التأثير علي المواطنــين، والالتزام بما ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة ٢٣ من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية.

٥- مراعاة الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير صحفية عن الانتخابات، وتوخي الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق في التغطية الصحفية للانتخابات.

٦- التمييز بين المادة الإعلامية والمادة التحريرية في الإعلان الصحفي عن الانتخابات وذلك برموز واضحة أو بمسميات مباشرة وخاصة في الإعلانات التحريرية، علي آلا يتضمن الإعلان أية إساءة إلي المرشحين الآخرين والتأكيد علي امتناع الصحفي عن جلب الإعلانات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة.

٧- التمييز بوضوح بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي أو استنتاجات، وذلك التزاما بالتقاليد الصحفية التي تمنع خلط الرأي بالخبر.

٨- التأكيد علي حق الصحفي في الحصول علي المعلومات عن العملية الانتخابية وعدم وضع أية قيود أو عوائق تحول دون تأدية الصحفي عمله في تغطية النشاطات الانتخابية لأي من المرشحين.

٩- تأكيد الاحترام المتبادل بين الزملاء الصحفيين رغم اختلاف مواقفهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، والارتقاء بلغة الحوار والامتناع عن استخدام أية أساليب تؤدي إلي تشويه صورة الأسرة الصحفية أمام أبناء الوطن.

١٤- إعلان المبادئ والمعايير الموحدة للتغطية الإعلامية المسموعة والمرئية لانتخابات الرئاسية في الإذاعة والتلفزيون:

وقد قام بوضع هذه المبادئ والمعايير لجنة مختصة قام بتشكيلها رئيس مجلس الأمناء بقرار رقم ٦٠٤ لسنة ٢٠٠٥، وكلفها بوضع المبادئ والمعايير الموحدة

التي تحدد أشكال المعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية، وقد وافق مجلس الأمناء بجلسته بتاريخ ٢٠٠٥/٨/١٤ علي إصدار هذه المبادئ والمعايير، وذلك علي النحو التالي:-

الضوابط والمعايير:

١- التعريف بمرشحي الرئاسة وبرامجهم بشكل عادل ومتساو بحيدة كاملة.

٢- القيام بدور نشط في التثقيف السياسي والانتخابي بما يحقق المشاركة الإيجابية الواعية في الانتخابات.

٣- عدم السماح لجماعات الضغط - باختلاف إمكانياتها وأنشطتها - بالتأثير في التغطية الإعلامية للانتخابات بما يخل بمبدأ تكافؤ الفرص.

٤- عدم السماح بإذاعة ما يمس سمعة المرشحين أو ينتهك حرمة حياتهم الخاصة.

٥- التأكيد علي احترام الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٦- التمييز بين ما يتيحه حق إبداء الرأي وبين الأخبار المدققة والتي تنسب إلي مصادرها.

٧- التمييز بين الإعلام والإعلان، والحرص علي تحقيق الشفافية والعدالة بين المرشحين في المواد الإعلانية مدفوعة الأجر.

٨- الالتزام بالمواعيد المحددة للحملة الانتخابية في إطار القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ للدعاية الانتخابية في الإذاعة والتلفزيون.

٩- تقديم المعلومات الكاملة (عند إذاعة استطلاعات الرأي الخاصة بانتخابات الرئاسة) عن الجهة التي قامت باستطلاع والجهة التي تموله، والأسئلة التي أشتمل عليها، وحجم العينة ومكانها وأسلوب إجرائه،

وطـــريقة جمـــع بـــياناته، وتاريخ القيام به، ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه.

١٠- إعلام جميع المرشحين بهذه المبادئ والمعايير للالتزام بها.

١١- تـــشكيل لجـــنة لرصد كل ما يذاع في فترة الانتخابات لتقييم التغطية الإعلامية والتأكد من مراعاتها للمبادئ والضوابط والمعايير المنصوص عليها وتصحيح أية مخالفات.

المبادئ التي تحكم الخريطة البرامجية أثناء الانتخابات:

١- ضـــمان الحيدة والشفافية في الخريطة البرامجية في الإذاعة والتلفزيون بحيث لا يتم تقديم مواد في القنوات والإذاعات المختلفة يمكن أن تمثل دعايـــة إيجابية أو سلبية، مباشرة أو غير مباشرة كالأفلام والمسرحيات والأغاني وغيرها.

٢- الفـــصل الكامـــل بين تغطية الأنشطة الرسمية لرئيس الجمهورية بحكم موقعه وبين ما يمكن اعتباره دعاية انتخابية.

٣- الفصل الكامل بين ما يذاع من أنشطة الوزراء وكبار المسئولين بالدولة بحكم مواقعهم الرسمية، وبين ما يقدم من أنشطة قد تمثل دعاية انتخابية لمرشح بعينة، وينطبق ذلك علي التغطية الإعلامية لأنشطة من ينتمون بصلة القرابة لأي مرشح للرئاسة.

٤- تزويد القنوات المصرية الخاصة بهذه القواعد والمعايير للاسترشاد بها حتى تقوم بدورها في تحقيق الهدف الذي تسعي إليه جميعا وهو ترسيخ مبادئ الديموقراطية وحرية الاختيار والعدالة والشفافية.

القواعد والسياسات المنظمة للاستخدام الإعلاني للانتخابات الرئاسية

الأعـــلام الـــسياسي: هـــو الـــشكل الترويجي المدفوع الثمن من جانب المرشح

لمنـــصب الرئاســـة ويتضمن رسالة تحتوي علي معلومات ودعاوي منطقية أو عاطفـــية أو كلـــيهما مـــن شأنها تقديم وتدعيم المرشح للرئاسة، وتقوية مكانته ووضـــعه أمام منافسيه، بأي شكل من الأشكال الفنية للإعلان والترويج، وعلي ضوء ذلك تم تحديد السياسات العامة للإعلان السياسي في القواعد التالية:

١- التـــزام المرشـــح لرئاسة الجمهورية بميثاق الشرف والقواعد المنظمة، وأخلاقـــيات العمل الإعلاني المعمول بها في اتحاد الإذاعة والتلفزيون مع مراعاة خصوصية الانتخابات السياسية الرئاسية.

٢- ألا يتـــضمن الإعـــلان الخـــاص بمرشح الانتخابات الرئاسية ما يمس الجوانب الشخصية والأخلاقية للمنافسين بشكل مباشر أو غير مباشر.

٣- ألا يتـــضمن الإعـــلان الخـــاص بمرشح الانتخابات الرئاسية ما يسئ للمرشحين الآخرين من خلال الكلمات أو الصور أ, المعاني أو الرموز أن الحيل الجرافيكية.

٤- ألا يتضمن الإعلان ما يمس الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٥- مراعاة العدالة في أوقات البث للإعلانات المقدمة من مرشحي الرئاسة وذلك في مختلف محطات وقنوات اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

٦- يمـــنع بـــث أي إعلانات ممولة لتأييد أي مرشح للرئاسة من جانب أي شـــخص طبيعي أو اعتباري في مصر أو الخارج ، ويستثني من ذلك الإعلانات المقدمة من الأحزاب المصرية لصالح مرشحيها، ويكون ذلك في إطار الحد الأقصى للمبالغ المخصصة للحملة الانتخابية لكل مرشح.

٧- تعرض كافة الأشكال الإعلانية المقدمة من مرشحي الرئاسة قبل إذاعتها علـــي اللجنة الفرعية المسئولة عن وضع الضوابط الإعلانية والمنبثقة من لجنة الخبراء لمراجعة الالتزام بالضوابط المنظمة.

٨- يتم التنسيق بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون والقنوات التلفزيونية والإذاعية المصرية الخاصة للالتزام بهذه الضوابط أثناء الحملات الخاصة بالمرشحين للرئاسة.

١٥- الأخبار- ٢٠٠٥/٨/٥م.

١٦- الأخبار- ٢٠٠٥/٩/٥م.

١٧- الأهرام- ٢٠٠٥/٨/٢٢م.

١٨- الجمهورية- ٢٠٠٥/٨/١٧م.

١٩- الجمهورية- ٢٠٠٥/٥/١٩م.

٢٠- المصري اليوم - ٢٠٠٥/٩/٤م.

٢١- الوفد - ٢٠٠٥/٨/٢٨م.

٢٢- الغد - ٢٠٠٥/٨/٢١م.

٢٣- العربي - ٢٠٠٥/٨/٢١م.

٢٤- الدستور - ٢٠٠٥/٨/١٧م.

٢٥- الأخبار - ٢٠٠٥/٨/٢٥م.

٢٦- حديث المدينة - ٢٠٠٥/٨/٣١م.

٢٧- روز اليوسف (اليومية) ٢٠٠٥/٨/١٧م.

٢٨- أخبار اليوم - ٢٠٠٥/٨/٢٠م.

٢٩- الغد - ٢٠٠٥/٨/٢٢م.

٣٠- الأهرام - ٢٠٠٥/٨/٢٥م.

٣١- الأخبار - ٢٠٠٥/٨/٢١م.

٣٢- مايو - ٢٠٠٥/٨/٢٢م.

٣٣- الأهرام - ٢٠٠٥/٨/٢٥م.

٣٤- الأهرام – ٢٨/٨/٢٠٠٥م

٣٥- الجمهورية – ١/٩/٢٠٠٥م.

٣٦- برنامج حالة حوار – القناة الأولي – التلفزيون ٤/٩/٢٠٠٥م.

٣٧- الأهرام – ٢٨/١٠/٢٠٠٥م.

٣٨- الأهرام – ١/١١/٢٠٠٥م.

٣٩- الأخبار – ٧/١١/٢٠٠٥م.

٤٠- الجمهورية – ٣٠/١٠/٢٠٠٥م.

٤١- روز اليوسف (اليومية) ٦/١١/٢٠٠٥م.

٤٢- روز اليوسف (اليومية) – ١/١١/٢٠٠٥م.

٤٣- روز اليوسف (اليومية) ٢/١١/٢٠٠٥م.

٤٤- الأهرام – ٢٨/١١/٢٠٠٥م.

٤٥- الوفد – ٨/١١/٢٠٠٥م.

٤٦- الغد – ٢/١/٢٠٠٥م.

٤٧- العربي – ٣٠/١٠/٢٠٠٥م.

٤٨- الكرامة – ٨/١١/٢٠٠٥م.

٤٩- برنامج (حالة حوار) القناة الأولي التلفزيون المصري – ٨/١١/٢٠٠٥م.

الفصل الثامن

الإعلام ودمقرطة

جماعات الإسلام السياسي

نمــت ظاهــرة الإسلام السياسي، ثم تطورت بحيث باتت تشكل اليوم واقعاً سياســياً لــم يعد في الإمكان تجاهله، ولم يقتصر انتشار الظاهرة على المنطقة العــربية وحــدها، وإنما امتدت على اتساع قارات العالم بأسره، ولم تفرق بين مجــتمعات إســلامية أو غير إسلامية، أو بين مجتمعات نامية أو متقدمة، وقد اتخذت الظاهرة مواقف متنوعة من الديموقراطية، حيث فضلت بعض جماعات الإســلام الــسياسي الخيار الديموقراطي، كما حدث في تركيا حيث تمكن تيار الإســلامي الــسياسي من الحصول على تأييد محلي واعتراف دولي مكنه من المشاركة في السلطة بل والانفراد الكامل بها وذلك في الدولة التي أنهت الخلافة الإســلامية العثمانــية وجعلت هدفها الأول الفصل بين الدين والدولة وتكريس العلمانية.

واتخــذت ظاهرة الإسلام السياسي في أحيان أخرى أشكالاً معارضة للتطور الديموقراطــي، كمــا حــدث في مصر، حيث اختارت بعض جماعات الإسلام الــسياسي المتــشددة مثل الجهاد والجماعة الإسلامية العنف سبيلاً للوصول إلى الــسلطة، ووجــدت نماذج شبيهة بذلك في العديد من المجتمعات العربية سواء انــتمت جماعــات الإسلام السياسي المتشددة في هذه المجتمعات إلى تنظيمات أممية أو انتمت إلى تنظيمات ذات طابع قطري.

إن معارضـــة التطور الديموقراطي لم يكن في العالم العربي مقصوراً على جماعـــات الإســـلام الـــسياسي المتـــشددة، حيث تعد جماعة الإخوان المسلمين المـــصرية المنـــشأ، واحدة من أبرز جماعات الإسلام السياسي في مصر، ولها امتدادات مؤثرة في العديد من المجتمعات العربية والإسلامية.

ورغـــم أن هـــذه الجماعة أعلنت بوضوح إدانتها لأسلوب العنف والإرهاب كوســـيلة للوصـــول إلـــى الحكم، إلا أنها لم تستطع حتى الآن أن تحسم خيارها الديموقراطـــي، محكـــومة بـــذلك بتـــراث طـــويل من التحفظات على الخيار الديموقراطي منذ قيامها في عام ١٩٢٨م، حيث أحجمت عن المشاركة في كافة الانـــتخابات التي جرت في مصر في ظل التعددية السياسية والحزبية التي سمح بهـــا النظام شبه الليبرالي الذي وجد في الفترة من عام ١٩٢٤ وحتى قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م.

ورغم تنوع وتعدد جماعات الإسلام السياسي إلا أنه في الإمكان تقسيمها إلى تيارين رئيسيين:

الأول: تـــيار معـــتدل ويمثله الآن جماعة الإخوان المسلمين في مصر وفي امـــتداداتها الفكرية أو التنظيمية العربية والعالمية، **والثاني**: تيار متطرف يمثله تنظـــيم القاعـــدة وكافـــة جماعات الإسلام السياسي التي ما تزال تؤمن بالعنف كوسيلة للتغيير والوصول إلى السلطة.

لـــذلك فإن البحث في العلاقة بين الإعلام والديموقراطية وجماعات الإسلام الـــسياسي لابـــد وأن تقـــوم على تفسير إعلامي لنمو ظاهرة الإسلام السياسي وتطورها وبخاصة في مصر والمنطقة العربية".

وســـوف نعالج إشكالية العلاقة بين الإعلام والديموقراطية وجماعات الإسلام الـــسياسي مـــن خـــلال التطبيق على النموذج المصري بالأساس، دونما إهمال للـــنماذج الأخرى، وهو اختيار له أسبابه الموضوعية، ذلك أن جماعات الإسلام

السياسي بتياريها المتشدد والمعتدل، ظهراً في مصر أولاً ثم انتقلا بعد ذلك إلى بعـض المجتمعات العربية والإسلامية وغيرها، كذلك فإن العملية السياسية في مصر قطعت شوطاً غير قصير في الممارسة الديموقراطية، رغم ما يعتري هذه الممارسـة من عقبات وقيود، بحيث تتقدم خطوتين إلى الأمام ثم تتراجع بعدها خطـوة إلى الخلف، ومع ذلك فإن مصر تقف في مقدمة الدول العربية المؤهلة لاستكمال مرحلة الانتقال- التي طالت كثيراً- من الشمولية إلى الديموقراطية.

ويضاف إلى ما سبق أن النظام الإعلامي المصري قد سار خطوات مهمة في طـريق التحول من نظام إعلامي سلطوي إلى نظام إعلامي ديموقراطي، ورغم أن الـنظام الإعلامي المصري مازال يعاني من بعض سمات النظام الإعلامي الـسلطوي إلا أنه ينبغي الاعتراف بأن السمات الديموقراطية فيه أصبحت أكثر مـن الـسمات السلطوية، وبالتالي فهذا النظام الإعلامي صالح لأن يتحول في سنوات قليلة إلى نظام إعلامي ديموقراطي بعد أن يتخلص من السمات السلطوية التي مازالت تعوق تطوره، وهو ما يعني في التطبيق العملي أن النظام الإعلامي المـصري قادر في حالته الراهنة وفي تطوره المستقبلي على النجاح في القيام بـدوره المزدوج، وهو تشجيع النظام السياسي المصري على تطوير الممارسة الـسياسية في الاتجاه الديموقراطي من ناحية، وهو قادر من ناحية أخرى على دفع جماعات الإسلام السياسي المعتدلة إلى الانخراط في العملية السياسية وتبني الخيار الديموقراطي.

[١]

التفسير الإعلامي لظاهرة الإسلام السياسي

تـصدى الكثيـرون لتفـسير ظاهرة تنامي تيار الإسلام السياسي في مصر بجناحـيه المعـتدل والمتـشدد، وقد فسر البعض الظاهرة من منظور اقتصادي فأرجعـوها إلى الأزمة الاقتصادية وما تولد عنها من تفشي البطالة بين الشباب وسـوء توزيـع الدخل القومي وغياب التكافل والعدالة الاجتماعية بين طبقات المجـتمع، وهناك من فسروا الظاهرة من منظور اجتماعي حيث أرجعوها إلى الخلخلة التي أصابت البناء الاجتماعي نتيجة تبدل النظام الاجتماعي ثلاث مرات فـي أقل من ثلاثين عاماً ما بين الخمسينات والسبعينات من نظام رأسمالي إلى نظـام اشتراكي سرعان ما انقلب مرة أخرى إلى نظام رأسمالي، وفي الحالات الثلاث لم يكن المجتمع مهيأ للانقلاب من النقيض إلى النقيض مما أخل بمنظومة القيم في المجتمع، ويوجد فريق آخر يفسر الظاهرة من منظور سيكولوجي حيث أدى الانفـتاح المفاجئ في منتصف السبعينات إلى ظهور فئات متزايدة وجدت نفـسها تقف في صفوف المتفرجين بينما غيرهم- وقد يكونون من الفئات الأقل ثقافـة أو مكانة- ينطلقون بسرعة خاطفة إلى قمة السلم الاجتماعي، مما أوجد لـديهم شـعوراً عمـيقاً بالإحـباط، والإحباط يدفع صاحبه إلى أحد طريقين: الانـسحاب مـن المجـتمع أو العدوان عليه، وبقدر عمق الإحباط يكون عنف العدوان الذي غالباً ما يتحول إلى إرهاب.

وهناك التفسير الأمني للظاهرة والذي غالباً ما يرجعها إلى وجود قوى خارجية ذات مصلحة في هز الاستقرار الداخلي للبلاد، فتدفع ببعض العملاء من الخارج أو تجند بعضهم في الداخل للقيام ببعض العمليات المحدودة التي يتم تضخيمها إعلامياً فتأخذ الظاهرة حجماً أكبر من حجمها الحقيقي! وهناك أخيراً التفسير السياسي للظاهرة، والذي يرجعها إلى ضيق الهامش الديموقراطي الذي لا يتسع لتيار الإسلام السياسي ويحرمه حق التعبير عن نفسه من خلال أحزاب شرعية، مما دفع ببعض عناصر هذا التيار إلى العمل السري تحت الأرض.

وعلى الرغم من أن هذه التفسيرات وغيرها قدمت إسهامات مهمة في محاولة فهم الظاهرة، إلا أننا نرى أن هناك تفسيراً آخر يستطيع أن يقدم فهماً أعمق للظاهرة، وهو التفسير الإعلامي.

ويقوم التفسير الإعلامي لنمو ظاهرة تيار الإسلام السياسي على حقيقة أن الفرد في أي مجتمع لا يستطيع أن يعتنق عقيدة أو يتبنى فكراً أو يتخذ قراراً في أي شأن من شئون حياته إلا على ضوء المعلومات التي تتوفر لديه عن هذه العقيدة أو تلك الفكرة أو ذلك القرار، ولا يوجد أمام الفرد للحصول على المعلومات سوى وسائل الاتصال والإعلام[١]، ولا شيء آخر يستطيع القيام بهذه المهمة، فالفرد كعضو في جماعة يستقبل الأفكار والآراء والمعلومات وينقلها إلى غيره عبر نوعين من وسائل الاتصال والإعلام، الأول: الاتصال المباشر، والذي يأخذ أحياناً شكل الاتصال الشخصي، كما في اللقاءات الثنائية، ويأخذ في أحيان أخرى شكل الاتصال الجمعي، كما في المساجد والمدارس والجامعات أو في المسرح والندوات والمؤتمرات وغيرها، أما النوع الثاني: فيتم عن طريق وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري كالنشرات والكتب والصحف والراديو والتليفزيون والفضائيات والسينما والفيديو والإنترنت وغيرها[٢].

معنى ذلك أن من يعتنق عقيدة أو فكرة دينية، معتدلة أو متشددة ومن يتخذ

ســلوكاً دينياً معتدلاً أو متطرفاً أو إرهابياً، إنما يفعل ذلك نتيجة ما حصل عليه مــن أفكــار وآراء ومعلومات عبر وسائل الاتصال والإعلام بنوعيها المباشر والجماهيــري، ولا تــوجد أمامه مصادر أخرى سواهما. ومن المهم أن نفرق وبوضــوح بين مفهومي التطرف والإرهاب، حتى يمكن أن نتعرف على علاقة كــل مــنهما بالإعلام، فالتطرف غالباً ما يكون في دائرة الفكر وقد ينعكس هذا الفكر على السلوك في أشكال متنوعة، قد يتجسد بعضها في ارتداء زي معين أو الامتــناع عن فعل معين وغير ذلك من ألوان السلوك السلمية، أما عندما يترجم الفكر المتطرف إلى أنماط عنيفة من السلوك كالاعتداء على حريات الآخرين أو ممتلكاتهم أو أرواحهم، عندئذ يتحول التطرف إلى إرهاب.

الإرهــاب إذن نــوع من السلوك المتطرف، ولأن التطرف عملية فكرية في الأســاس، لذا لابد أن يعتمد الإرهاب على فكر يبرره ويعطيه المشروعية لدى مــن يمارســه، لذلك غالباً ما يقوم الإرهاب على عقيدة أو أيديولوجية متطرفة، ولعــل هــذا ما يفرق بينه وبين الجريمة العادية، فالإرهاب بمفهوم من يمارسه وســيلة أو أداة لتحقيق أهداف أيديولوجية سامية تعلو على المصالح الشخصية، في حين أن الجريمة العادية، مجرد وسيلة أو أداة لتحقيق مصلحة شخصية.

نصل إلى السؤال المهم، كيف استطاع تيار الإسلام السياسي بجناحيه المعتدل والمتطــرف أن يــشق طريقه إلى المجتمع المصري؟ وكيف تمكنت أفكار هذا التــيار مــن الــنمو والانتشار بين قطاعات متنوعة من المواطنين وفي أماكن مخــتلفة بطول البلاد وعرضها؟، وبصرف النظر عن الاختلاف في تقدير مدى هــذا الانتــشار فإن حصول التيار المعتدل الممثل في جماعة الإخوان المسلمين علــى ٨٨ مقعــداً في الانتخابات الأخيرة لمجلس الشعب، يمكن اعتباره مؤشراً قوياً على هذا الانتشار، لقد حدث بذلك بالرغم من الدولة في مصر تسيطر بشكل يكــاد يكــون كاملاً على كافة وسائل الاتصال والإعلام، في حين أن جماعات الإسلام السياسي محرومة تماماً من معظم هذه الوسائل الإعلامية؟

فالدولـــة تسيطر بشكل كامل عن طريق الملكية والإدارة الحكومية المباشرة علـــى كـــل الخدمات الإذاعية والتليفزيونية، وهو ما يعني أنها تتحكم في توجيه المـــواد الإعلامـــية التي تبث عبر هذه الخدمات، وبعدما عرف البث الفضائي التليفزيوني، ظلت الدولة أيضاً ممثلة في اتحاد الإذاعة والتليفزيون تسيطر على غالبـــية القنوات الفضائية المصرية العامة، والمتخصصة، ورغم السماح للقطاع الخاص المصري يبث عدد غير قليل من القنوات الفضائية إلا أن ارتباط مصالح هـــذا القطـــاع بالحكـــومة تسمح بوجود قدر من التنسيق لا يتيح الخروج على السياسة العامة للدولة وبخاصة تجاه ظاهرة الإسلام السياسي.

وتـــوجه الدولة، وإن كان بشكل غير مباشر كافة الصحف القومية، فالحكومة هـــي صاحبة الأغلبية في مجلس الشورى وهو المجلس الذي يملك هذه الصحف ويقـــوم بتعيين رؤساء تحريرها وفق قانون سلطة الصحافة لعام ١٩٨٠ واستمر ذلـــك الوضـــع وفق قانون تنظيم الصحافة لعام ١٩٩٦ وهو مستمر حتى الآن، كـــذلك يعطـــي قانون تنظيم الصحافة للأحزاب الشرعية حق إصدار الصحف، والـــصحف الحـــزبية سواء التي يصدرها الحزب الحاكم أو أحزاب المعارضة الـــشرعية، تعتبـــر جـــزءاً مـــن النظام السياسي القائم، وبرغم مساحة الحرية الممـــنوحة للصحف الحزبية، فلا يوجد فيها ما يمكن اعتباره مشجعاً أو مروجاً لتـــيار الإســـلامي السياسي المتطرف أو المعتدل، فضلاً عن أنها تعلن جميعها إدانـــتها لجماعات التطرف والإرهاب، بل أن جريدة (الشعب) لسان حال حزب العمـــل قـــبل إغلاقهـــا أدانـــت ظاهرة التطرف والإرهاب رغم تأييدها للتيار الأصولي.

أمـــا الصحف الخاصة فلم يكن لها وجود يذكر خلال السبعينات والثمانينات وحتـــى منتـــصف التـــسعينات، ثـــم أصـــبح وجودها مؤثراً بعد توالي ظهور الإصـــدارات الخاصة بعد صدور قانون تنظيم الصحافة لعام ١٩٩٦م، وقد تبنى

أغلبها سياسات معارضة للحكم، ورغم ذلك لم يسمح لتيار الإسلام السياسي بإصدار صحف تعبر عنه صراحة، وإن وجدت مؤخراً بعض الصحف الخاصة التي أبدت تفهماً أو تأييداً لحق تيار الإسلام السياسي المعتدل في العمل السياسي المشروع، ورغم ذلك فلم تظهر حتى هذه اللحظة صحيفة خاصة أو حزبية تتبنى أفكار تيار الإسلام السياسي صراحة أو تتحول إلى لسان حال له رغم ادعاء البعض بغير ذلك!

ولا يتبقى من الصحف سوى تلك التي تصدر عن بعض المؤسسات الحكومية أو الجمعيات الأهلية والأخيرة بنص القانون ممنوعة من التعرض للأمور السياسية.

فإذا انتقلنا إلى وسائل الاتصال والإعلام المباشر بنوعية الشخصي والجمعي، فالحكومة تتحكم في أخطر وأهم وسائله تأثيراً على المواطن فالمساجد الحكومي منها والأهلي تخضع لإشرافها ممثلة بوزارة الأوقاف، والمدارس والجامعات معظمها حكومي، أما القليل منها التابع للقطاع الأهلي والخاص فإنه يخضع لإشراف وزارتي التعليم والتعليم العالي، وتملك الدولة أيضاً أهم مؤسسات الاتصال والإعلام المباشر وهي هيئة الاستعلامات ومراكزها المنتشرة في كل المحافظات، كذلك فإن غالبية الهيئات والمؤسسات العاملة في مجال الاتصال والإعلام المباشر، تابعة للحكومة بشكل مباشر أو تخضع للإشراف الحكومي غير المباشر، مثل المؤسسات العاملة في مجالات تنظيم الأسرة والإرشاد الزراعي والصحي والري وما شابه من نشاطات تتصل بالمواطنين، أما العمل الحزبي وهو لون من ألوان الاتصال والإعلام السياسي المباشر فمقصور على الحزب الحاكم وأحزاب المعارضة الشرعية، وأما التنظيمات الحزبية غير المعترف بها مثل جماعات الإسلام السياسي المتطرفة أو المعتدلة، فإن نشاطها غالباً ما يكون سرياً، وتجرمه العديد من النصوص القانونية، كذلك يتعرض

المنـــتمون لهذه التنظيمات لملاحقات نشطة ومستمرة من أجهزة الأمن المدعمة بالسلطات الواسعة لقانون الطوارئ.

وعلـــى ضـــوء الحقائق السابقة يصبح من حقنا أن نطرح بعض التساؤلات المشروعة، ولعل في مقدمتها: كيف نمى هذا التيار في مصر؟ وكيف تطور بعد الـــضربات القاصـــمة التي وجهها النظام الناصري لجماعة الإخوان المسلمين وخاصـــة في عام ١٩٥٤ و ١٩٦٦م، وفي ظل السيطرة شبه الكاملة من جانب الـــنظام علـــى مصادر الفكر والمعلومات في المجتمع، وكيف نجحت جماعات الإسلام السياسي المتطرفة أو المعتدلة في تحقيق هذا القدر من النفوذ والانتشار مهمـــا اختلفـــنا في تحديد حجم هذا النفوذ أو في مدى ذلك الانتشار في مواجهة الترســـانة الإعلامـــية الحكومية وشبه الحكومية. وهم محرومون تماماً من أية وســـيلة إعلامية جماهيرية فضلاً عن محدودية ما بين أيديهم من وسائل الإعلام المباشر.!

يمكنـــنا أن نلخص كل التساؤلات المتعلقة بالموضوع في تساؤلين رئيسيين، يـــدور أولهمـــا حـــول مـــا إذا كانت وسائل الاتصال والإعلام الحكومية وشبه الحكومـــية هي التي وضعت بذرة الأفكار التي يقوم عليها الإسلام السياسي في الأراضـــي المـــصرية، وهي التي سقتها ورعتها حتى نمت ثم استوت بالشكل المتطرف الذي ظهرت به في الثمانينات أو بالشكل المعتدل الذي تظهر به الآن؟

أمـــا التساؤل الثاني فيدور حول ما إذا كانت بذرة أفكار الإسلام السياسي في مـــصر قد وضعت عن غير طريق أجهزة الإعلام الرسمية، ولكن هذه الأجهزة اســـتخدمت هذه الأفكار وأصحابها عن قصد وتعمد لتحقيق مصالح مؤقتة للنظام الحاكم في تعامله مع بعض معارضيه، ثم عندما تكشفت مخاطر هذا الفكر سواء بجانـــبه المتطرف أو المعتدل تقاعست وسائل الإعلام الرسمية عن التصدي له، تـــارة بالـــتجاهل الكامـــل لوجوده ولأصحابه، وتارة أخرى بالتهوين من شأنه والتقليل من خطورته.

لقــد بات من المؤكد أن الأفكار الدينية المتطرفة قد نبتت في مصر بين عدد محــدود من المعتقلين من جماعة الإخوان المسلمين في السجون والمعتقلات في فتــرة الــستينات[٣]، وأن هــذه الأفكار ظلت محصورة داخل جدران السجون والمعــتقلات حتــى أفــرج الــرئيس السادات عن الإخوان المسلمين في بداية السبعينات، وكان من بينهم الفئة المتطرفة[٤]، وهناك العديد من الأدلة التي تؤكد أن من أهم العوامل التي مكنت جماعات الإسلام السياسي من نشر أفكارها بين قطاعــات مؤثــرة في المجتمع، تشجيع الرئيس السادات لما سمي وقتها بالتيار الإســلامي الــسياسي فــي الجامعات وأوساط الشباب، وذلك لمواجهة التيارات الناصــرية واليــسارية المعارضــة لتوجهاته في ذلك الوقت[٥]. ثم قدمت ثورة الخمينــي فــي إيــران وما رافقها من زخم إعلامي دفعة قوية لهذه الجماعات فاســتغلت الهامش الديموقراطي المحدود الذي سمح به السادات لاختراق العديد مــن المواقــع المؤثرة في وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الاتحادات الطلابية في الجامعــات، وفــي أوساط الشباب في بعض النقابات المهنية والعمالية، متسترة وراء شعار براق هو "الإسلام هو الحل".

ويلاحظ أن الرئيس السادات لم يكتف بالإفراج عن المعتقلين من الإسلاميين، وإنما سمح لهم بقدر كبير من حرية الحركة، وبالذات في مجال الإعلام، فوافق علــى إعادة إصدار جريدة "الدعوة" لسان حال جماعة الإخوان المسلمين، وأعاد بعض الإخوان إلى أعمالهم السابقة في الصحف وأجهزة الإعلام واحتل بعضهم مواقــع مؤثرة في هذه الأجهزة، ولعل من مظاهر ذلك وصول اثنين من القادة السابقين للجماعة إلى منصب الوزارة وهما الدكتور عبد العزيز كامل الذي تولى وزارة الأوقاف ثم أصبح نائباً لرئيس الوزراء، وهي الوزارة التي تشرف بشكل مباشر أو غير مباشر على جميع المساجد في مصر، وهي أهم وسيلة للاتصال والإعــلام المباشــر علــى الإطلاق في كل الدول الإسلامية وفي مصر بصفة خاصة، والدكتور أحمد كمال أبو المجد الذي تولى وزارة الإعلام، وهي الوزارة

المسئولة بشكل مباشر عن كل الشبكات الإذاعية والخدمات التليفزيونية بالإضافة إلى مصلحة الاستعلامات فضلاً عن تأثيرها المعنوي على الصحف والصحافيين.

ومن المهم الانتباه إلى أن السادات لم يشجع التيار الديني المتشدد، وإنما شجع التيار الديني بشكل عام، وكان يعتقد أن في إمكانه دائماً السيطرة على حركته خاصة أن الكثيرين من رموزه قبلوا بالتعامل مع السلطة والتعاون معها، بل وصار بعضهم جزءاً منها. ففي ذلك الوقت لم يكن قد برز على السطح التمايز الواضح بين تيار متطرف وآخر معتدل داخل الحركة الإسلامية، إذ ظل هذا التمايز محصوراً في نطاق ضيق وكان هناك حرص شديد من جانب الإخوان وبقية التيار المعتدل على عدم إخراج الخلاف مع المتشددين إلى العلن خوفاً من انقسام الحركة الإسلامية وتشتت جهودها مع بداية نشاطها في السبعينات، وإن لم يكن لدى المتشددين هذا الحرص نفسه!

ولقد أشاع السادات مناخاً عاماً دينياً تمثل في تبنيه شعار دولة العلم والإيمان، وسيطرة الخطاب الديني على أجهزة الإعلام الرسمية، وتبني لغة عدائية لأفكار التقدم والتنوير بالإضافة إلى زيادة مساحة البرامج الدينية في الراديو والتليفزيون وتخصيص صفحات للشئون الدينية في الصحف والمجلات القومية والمغالاة في الاحتفال بالمناسبات الدينية وتحويلها إلى مناسبات قومية، وقد شكل ذلك كله ما يمكن أن نطلق عليه "البنية الأساسية" التي استغلها الجناح المتشدد في بناء هيكله التنظيمي واختيار عناصره وكوادره، كما أنها مهدت الطريق لانتشار أفكار جماعات الإسلام السياسي بسهولة ويسر.

إن رصد تطور مساحة البرامج الدينية في المحطات الإذاعية المحلية(٦) في مصر في حقبتي السبعينات والثمانينات، يمكن أن توضح خطورة ما أشرنا إليه من قيام الحكومة بإقامة البنية الأساسية، التي استغلتها جماعات الإسلام السياسي

في نشر أفكارهم وفي بناء هيكلهم التنظيمي. فقد كانت نسبة البرامج الدينية في الإذاعة المصرية ٢٥، ١٥ في المائة إلى إجمالي الإرسال الإذاعي في عام ١٩٦٩ / ١٩٧٠م، وأخذت هذه النسبة في التزايد عام بعد عام في ظل حكم الرئيس السادات لتصل إلى ١٢، ٢٠ في المائة في ١٩٨٠ / ١٩٨١ أي أن البرامج الدينية في الإذاعة المصرية بلغت أكثر من خمس ساعات الإرسال قبل مصرع السادات بقليل!! ويجب ألا ننسى أنه إلى جانب هذه البرامج الدينية كانت الإذاعة تقدم أيضاً مواد دينية أخرى في أشكال إذاعية متنوعة كالتمثيليات والمسلسلات والأغاني والندوات والبرامج الحوارية والبرامج الثقافية والبرامج الإخبارية والسياسية، وهذه من الصعب حصر عددها أو نسبة المادة الدينية فيها، وهو ما يعني أن نسبة الخُمس ليست سوى الحد الأدنى وأن النسبة الحقيقية في الإذاعة كانت أكبر من ذلك بكثير! وهذه النسبة أيضاً لا تدخل فيها ما تقدمه الإذاعات المصرية من برامج ومواد دينية خارجية، ويقصد بها شعائر صلاة الجمعة التي تنقل في بعض المناسبات من مدن عربية أخرى، فهذه الشعائر لم تكن تزيد عدد ساعات إرسالها في عام ١٩٧٠ / ١٩٧١ على ٣٤٢ ساعة و ٦ دقائق فإذا بها في عام ١٩٧٩ ، ١٩٨٠ تقفز إلى ٢٠٣١ ساعة و ١٢ دقيقة.

ومن المهم الاعتراف بصعوبة تحليل مضمون المادة الدينية المقدمة في هذه البرامج، لتحديد موقفها من قضايا التطرف، ليس لضخامة حجم هذه المادة فقط وإنما لأن أغلبها غير مسجل، وما سجل منها تم مسحه، ولكن الدلالة التي تعنينا هنا، أن زيادة مساحة هذه البرامج على ساعات الإرسال الإذاعي ساعدت على إشاعة مناخ ديني في البلاد.

وتقدم لنا إذاعة القرآن الكريم التي تقدم من راديو القاهرة نموذجاً آخر، فقد بدأ إرسال هذه المحطة في ٢٩ مارس ١٩٦٤ بثماني ساعات يومية متصلة، ومن دون مذيع، ولكن سرعان ما بدأت ساعات إرسالها تزيد بعد ١٩٧٠ لتصل إلى ١٧ ساعة و ١٦ دقيقة يومياً في عام ١٩٨١ / ١٩٨٢.

وحتى الإذاعات المصرية الموجهة إلى الخارج زادت ساعات إرسال البرامج الدينية عبرها من ٧,٠٥ في المائة في ١٩٧٠ إلى ١٣,٤٤ في المائة في ١٩٨٠ / ١٩٨١م.

إذا انتقلنا إلى التليفزيون يلاحظ أن نسبة البرامج الدينية فيه لم تزد في ١٩٦٣ علـــى ٢,٣ فـــي المائة من مجموع ساعات البث التليفزيوني، ولكن هذه النسبة ارتفعت إلى أربعة أضعافها في ١٩٧٣ لتصل إلى ٨,٩٧ ثم ارتفعت إلى ٩,٥٤ فـــي المائـــة في ١٩٨٠، وهذه النسب لا تكفي وحدها لإظهار مدى الزيادة في البـــرامج الدينـــية بالتليفزيون. ذلك أن هذه النسب محكومة بزيادة ساعات البث التليفزيوني، ويتضح ذلك عندما نعرف أن عدد ساعات البث التليفزيوني للبرامج الدينـــية بلغ في عام ١٩٧٣ حوالي ٥٢٧ ساعة ٤٩ دقيقة، ارتفع في ١٩٨٠ / ١٩٨١ إلى ٧٥٢ ساعة و ١٩ دقيقة.

وقد استمر هذا المعدل في الزيادة خلال السنوات التالية بعد مصرع السادات. بدلـــيل أن إحصاءات اتحاد الإذاعة والتليفزيون لعام ١٩٩١/١٩٩٢، وهو العام الـــذي شـــهد بدايـــة تحـــول التطرف إلى إرهاب، بلغ إجمالي ما تذيعه قنوات التليفـــزيون المـــصري من البرامج الدينية ١٤٠٨ ساعات و ١١ دقيقة، أي بما يعادل ثلاث ساعات وواحداً وخمسين دقيقة في اليوم(٧).

وبالنـــسبة لمحتوى ومضامين هذه البرامج التليفزيونية، لا يوجد بين أيدينا ما نـــستدل بـــه على هويتها، خاصة أن الغالبية العظمى من هذه البرامج لا يحتفظ بالشرائط المسجلة عليها باستثناء بعض أحاديث الشيخ محمد متولي الشعراوي، والأخيرة فقد الكثير منها أيضاً..!

ومـــن المهـــم أن نـــشير إلـــى وجود إدارة كاملة للبحوث في اتحاد الإذاعة والتليفـــزيون، وأن هذه الإدارة أجرت عشرات من البحوث عن برامج الراديو والتليفـــزيون، بعـــضها علـــى مـــستوى جيد، ولكنها تهتم بالتعرف على آراء

المستمعين والمشاهدين وهو ما يطلق عليه "بارومتر الاستماع والمشاهدة"، ولا تهتم هذه البحوث بتحليل محتوى واتجاهات المادة التي تقدمها البرامج الإذاعية والتليفزيونية.

إن سعى الرئيس السادات لتصفية التيار الناصري واليساري لم يقتصر ميدانه على الجامعات والنقابات العمالية والمهنية، وإنما امتد أيضاً إلى الصحافة، فعمل على إغلاق مجلتي "الطليعة" اليسارية و "الكاتب" الناصرية ونجح في مسعاه، وحال بين العديد من الكتاب الناصريين واليساريين وبين الكتابة في الصحف القومية وبالتوازي مع هذه المحاولات أخذ في تشجيع صحف التيار الديني لكي تناصره في مهمته لتصفية الفكر الناصري واليساري، فسمح في ١٩٧٦ للإخوان المسلمين بإعادة إصدار مجلة "الدعوة" كلسان حال للجماعة، وهي مجلة صدرت في البداية في ٣٠ يناير ١٩٥١، أي قبل ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وكان صاحب امتيازها صالح عشماوي أحد قيادات جماعة الإخوان، وقد استمرت المجلة في الصدور بعد ثورة يوليو ١٩٥٢ بسبب انشقاق صاحب المجلة عن جماعة الإخوان المسلمين، وقد تم فصله من الجماعة في نهاية ١٩٥٣، ومع عام ١٩٥٦ أخذت أحوال المجلة في التدهور، وبعد أن كانت أسبوعية تحولت إلى شهرية، وكثيراً ما كانت تتوقف لعدة أشهر. وظلت المجلة على هذه المجال حتى خرج الإخوان من السجون والمعتقلات في أوائل السبعينيات، وفي ١٩٧٦ عادت إلى الصدور في ثوب جديد، وأصبحت تصدر شهرياً بشكل مؤقت على أمل أن تسمح الظروف بتحويلها إلى أسبوعية.

وشجع الرئيس السادات على إصدار مجلة "التصوف الإسلامي" في ١٩٧٩م وخص المجلة بمقال افتتاحي في عددها الأول، كما أرسل خطاباً للشيخ محمد محمود سطوحي رئيس مجلس إدارة المجلة نشرته في العدد التالي، عبر فيه عن تقديره للجهد الذي بذل في تحريرها، كما أكد "أن صدور مجلة التصوف

الإســـلامي في هذه المرحلة الحاسمة من تاريخ نضالنا القومي، يسد فراغاً ثقافياً ويمـــدنا بغذاء روحي ونحن نبني مجتمعنا الجديد على دعائم قوية الأركان من العلم الإيمان".

كذلك شجع السادات على إعادة إصدار صحف التيار الإسلامي غير الرسمي مـــنها مجلـــة "الاعتصام" التي صدرت في ١٩٣٩م عن الجمعية الشرعية، وقد ظلت تصدر حتى قيام ثورة ٢٣ يوليو، وبعدها أخذت تتعثر في الصدور، فتظهر تـــارة وتختفـــي تـــارة أخرى، ولكن في عهد السادات حدث تطور جذري في شخصية المجلة شكلاً ومضموناً فزاد عدد صفحاتها وبدأت تنتظم في الصدور، ثم أدخلت طباعة الأوفست والألوان.

من الملاحظات الجديرة بالانتباه، أهمية الدور الذي لعبة الكتاب كوسيلة إعلام جماهيري في نشر ظاهرة الإسلام السياسي في مصر، ويتصل بذلك ما أشارت إليه الأقوال المسجلة لأعداد غير قليلة من المتشددين الدينيين الذين اشتركوا في بعض الأعمال الإرهابية، حيث ذكروا أنهم لم يجدوا صعوبة في الحصول على الكـــتب الدينية التي تتماشى مع أفكارهم أو تخدمها على المدى الطويل، رغم أن بعـــضها قد لا يكون بالضرورة مماثلاً لأفكارهم، كما لوحظ أن إقبال المتشددين قد تركز على مؤلفات أبو الأعلى المودودي وسيد قطب.

وقـــد شهدت سوق الكتاب في مصر خلال السبعينات والثمانينات طوفاناً من المـــؤلفات الدينـــية التـــي شكلت ما يشبه البنية الأساسية للأفكار المتطرفة التي صـــاغها بعض قادة الجماعات المتشددة في مؤلفاتهم الخاصة، وكان الكثير من هذه الكتب يطبع في مصر وبعضها يأتي من الخارج. أما المؤلفات التي لم يكن مـــسموحاً بطـــبعها فـــي الداخل أو استيرادها من الخارج فقد تولت الجماعات المتـــشددة طبعها وتوزيعها سراً في بعض الأحيان وعلناً في أكثر الأحيان. إن كـــتاب "معـــالم علـــى الطريق" لسيد قطب طبعه على سبيل المثال طلاب كلية

الهندســة بجامعة المنيا في أوراق متفرقة، ثم جمعوها بعد ذلك في كتاب واحد عــن غيــر الطريق الرسمي، ثم أعيد طبع الكتاب في دمشق، ثم بيروت، وعن طــريقهما وصــل إلى القاهرة، ثم طبع بعد ذلك في القاهرة دون اعتراض من الحكومة.

ومــنذ منتــصف السبعينات قام عدد من دور النشر المصرية بترجمة ونشر معظــم مؤلفات أبو الأعلى المودودي، فنشرت له دار المختار الإسلامي كتب: مــبادئ الإســلام، وتذكــرة دعاة الإسلام، ودور الطلبة في بناء مستقبل العالم الإسلامي، ونشرت له دار الاعتصام كتب: الجهاد في سبيل الله، وتفسير سورة النور، ونشرت له دار التراث كتب: الإسلام اليوم، والحجاب.

وقامت دار الشروق بالقاهرة بنشر معظم مؤلفات سيد قطب ومن أهمها كتب: معــالم علــى الطريق، والإسلام ومشكلة الحضارة، وفي ظلال القرآن، ونحو مجــتمع إسلامي، والمستقبل لهذا الدين، وهذا الدين، ودراسات إسلامية والعدالة الاجتماعية في الإسلام، وقامت دار الزهراء بنشر معظم مؤلفات الإمام الخميني ومفكري الثورة الإيرانية.

وإذا كــان المتشددون الدينيون قد اعتمدوا في البداية على كتابات المودودي وســيد قطــب وبعــض أقطاب الإخوان المسلمين إلا أنهم سرعان ما بدءوا في صياغة أفكارهم الخاصة، وظهرت على التوالي مجموعة من المؤلفات لأقطاب الجماعات المتشددة، وقد اتخذت معظم هذه المؤلفات شكل "الرسائل" و "الكتيبات" التي طبع بعضها في حين نسخ البعض الآخر بخط اليد في العديد من النسخ، أو صــور ميكانيكــياً بالمــئات من النسخ، وبدأ الاعتماد عليها بشكل أساسي في الدعوة. ولشكري مصطفى، قطب جماعة التكفير والهجرة، عدد من المؤلفات أو "الرســائل" التــي تعرض فكر جماعته وأهمها كتاب "الخلافة" ويتكون من ستة أجــزاء، كتب كل جزء منه في كراسة مستقلة، كذلك شارك بعض قادة الجماعة

فـــي وضع عدد من المؤلفات مثل "كتاب الأسماء" وكتاب "الشرك" و "التبيين" و "مغفــرة الصغائر" والإصرار على الذنوب والتأويلات والتوسمات وغيرها من المــؤلفات، وهــذه الكــتب أو الرسائل لم يكن يسمح بتوزيع بعضها على عامة المسلمين، وإنما تقصر على الخاصة من أعضاء الجماعة، ويقوم دعاة الجماعة بتدريــسها للأعــضاء، ثم يجري بعد ذلك نشر الأفكار التي تحتوي عليها هذه الكتب على عامة المسلمين بالتلقين شفاهة وبالتدريج حتى يمكن لهم قبولها.

[٢]

فعالية الاتصال المباشر

لقد اعتمدت جماعات الإسلامي السياسي بشكل أساسي- على الاتصال والإعلام المباشر بنمطيه الشخصي والجمعي في نشر أفكارها أكثر مما اعتمدت على الاتصال الجماهيري، فلجأت إلى الاتصال الشخصي لبناء جهازها التنظيمي، واستخدمت الاتصال الجمعي للتسلل ثم الهيمنة بعد ذلك على العديد من الزوايا والمساجد الأهلية الصغيرة في المناطق الشعبية في المدن، وفي بعض القرى النائية في الأرياف وخاصة في صعيد مصر، وقد غلب الطابع السري على استخدامها للاتصال الشخصي، في حين غلب الطابع العلني على استخدامها للاتصال الجمعي.

ومن المهم أن نعترف بأن جماعات الإسلام السياسي نجحت إلى حد كبير في استخدام مهارات الاتصال والإعلام المباشر بكفاءة وفاعلية، مما مكنها من التغلغل بين قطاعات مؤثرة في المجتمع مثل المدارس والجامعات والنقابات العمالية والمهنية، وهو الأمر الذي يثير قضية مهمة تتعلق بإعادة تقييم دور وسائل الاتصال المباشر ومدى فاعليتها في عصر الاتصال الجماهيري، خاصة بعد التطور التكنولوجي المتلاحق في إمكانات وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري، وهو التطور الذي جعل الكثيرين يقللون من شأن الإعلام المباشر أو لا يعطونه الاهتمام الذي تستحقه بسبب انبهارهم بما تحققه وسائل الإعلام

الجماهيرية من تأثير يضاف على ذلك أن الكثير من المسئولين في مصر مازالوا متأثـــرين بالتجربة الناصرية في استخدام الاتصال والإعلام الجماهيري، حيث اعـــتمد نظـــام عبد الناصر على وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة الراديو ثم التليفزيون كبديل عن العمل السياسي الحزبي الذي يعتمد على الاتصال المباشر بالجماهير.

والحقيقة أن الإعلام المباشر يلعب دوراً رئيسياً في الاتصال الإنساني، وفي حـــالات كثيرة قد يتفوق في تأثيره وفاعليته على الاتصال الجماهيري، فالإعلام المباشر يتميز بارتفاع درجة المشاركة بين المرسل والمستقبل لأن رجع الصدى يـــدرك علـــى الفـــور، فالمرسل يستطيع أن يدرك، وعلى الفور مدى استيعاب المستقبل للرسالة الإعلامية التي ينقلها إليه، ومدى اقتناعه بها، بحيث يستطيع أن يعـــدل ويـــبدل ويغير من طرق عرض الرسالة حتى تحقق أكبر قدر ممكن من التأثيـــر، يحـــدث ذلك في المحادثات الشخصية وفي الندوات والمؤتمرات وفي قاعات الدرس والمحاضرات، وذلك كله لا يمكن أن يتحقق عندما تنقل "الرسالة الإعلامـــية" مـــن خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، ذلك أن الوسيلة سواء كانت صـــحيفة أو راديـــو أو تليفزيوناً أو غير ذلك، تفصل ما بين المرسل والمستقبل بحـــيث لا يرى المرسل رد فعل رسالته على المستقبل إلا بعد فترة طويلة وعن طـــريق الاســـتبيانات واســـتطلاعات الرأي العام أو الخطابات التي تصل من الجمهور.

وقد أجرى العديد من التجارب لقياس قوة تأثير كل وسيلة من وسائل الإعلام، فتبـــين فـــوز المحادثـــة الشخصية بالمرتبة الأولى، وتليها في الترتيب المناقشة الجماعية، وبعدها يأتي التليفزيون ثم الراديو ثم الصحف فالكتب(٨).

كذلك أكد العديد من الأبحاث العلمية أن فاعلية الإعلام المباشر وتأثيره تزداد بـــين الجماعات الصغيرة، في حين تضعف كلما تضخمت الجماعات الصغيرة،

لــذلك فــالإعلام المباشــر أكثر فاعلية في القرية منه في المدينة، وفي الأحياء الشعبية في المدن أكثر مما في الأحياء الراقية(٩).

ولكي تزداد الصورة وضوحاً، من الضروري التأكيد على أن أهمية الإعلام المباشــر تزداد في فترة التغيير الاجتماعي أو السياسي التي يمر بها مجتمع ما، مثل الثورات الاجتماعية أو الانقلابات السياسية أو الانتخابات أو الحروب وغير ذلــك من الأمور المشابهة، ترى ذلك في كثير من حركات التحرير الوطني في العالم الثالث وفي الثورة الثقافية في الصين وثورة الخميني في إيران. فالإعلام المباشــر فــي هــذه المجتمعات لعب دوراً كبيراً في الدعوة إلى التغيير، وكان للإعــلام المباشر أيضاً دور بارز فيما جرى من متغيرات في الاتحاد السوفيتي ودول شرق أوروبا(١٠).

إن تبني الفرد لأي فكرة جديدة يمر بخمس مراحل، وهي الإدراك والاهتمام، ثم المحاولة ثم الاقتناع وأخيراً الاعتناق أو التبني، وقد أكدت البحوث العلمية أن وســائل الإعلام الجماهيرية تكون ذات تأثير أكبر في مرحلة الإدراك مما هي عليه في المراحل التالية إذا ينتقل الفرد بعد تعرضه لوسائل الإعلام الجماهيرية وتحديد ما هو جديد بالنسبة له، إلى عائلته وجيرانه وأصدقائه، يسألهم ويناقشهم بالجديــد الــذي تعرف عليه، لذلك فإن وسائل الإعلام الجماهيري أهم للمتبنين الأوائل، في حين أن الإعلام المباشر أهم بالنسبة للمتبنين الأواخر(١١).

وهــناك العديــد مــن الشواهد التي تؤكد إدراك الجماعات الدينية المتشددة للإمكانــات الهائلة للإعلام المباشر، فمن الملاحظات اللافتة للنظر أن معظم من انضموا إلى هذه الجماعات المتشددة، تم تجنيدهم عن طريق الاتصال الشخصي من قبل زملائهم في الجامعة أو المعهد أو عن طريق الأقارب والأصدقاء، كما تبين أن الكثير من العناصر المتشددة تجمع بينهم روابط القربى أو المصاهرة أو

الجيـــرة أو الـــزمالة. ولقد أسهمت تلك الصلات في توثيق روابط العقيدة بينهم، ولعل ذلك يفسر السبب في الصعوبة التي واجهها جهاز الأمن في اختراق بعض الجماعات المتشددة من الداخل.

إن أســلوب الدعـــوة والتجنيد في معظم الجماعات المتشددة يتم عن طريق الحـــوار الشخـــصي أو المناظرات الجماعية الجدلية، وخاصة في المساجد بعد صـــلاة الجمعـــة، حيث يتم شرح فكر الجماعة وتوجهاتها أو الرد على ما يثار ضدها من انتقادات، وقد بلغ من اهتمام هذه الجماعات بالدعوة أن تفرغ بعضهم بالكامـــل لها، فتقوم الجماعة بإعالة هذا المتفرغ حتى لا يضطر للانشغال بشيء آخـــر، ويخـــتار لهـــذه المهمـــة أشخاص يتميزون بالقدرة على الإقناع والجدل والمحـــاورة والفـــصاحة وطلاقـــة اللسان والبراعة في استخدام أساليب التأثير البياني.

وهـــم فـــي ذلك يقتدون بالخوارج الذين عرفوا في تاريخ الإسلام بفصاحتهم وبـــراعتهم في الخطابة والتأثير في الناس، لدرجة أنه قيل إن حديثهم أسرع إلى القلوب من النار إلى اليراع، كما يحكي أن الخليفة الأموي عبد الملك بن مروان سمع برجل من الخوارج، فدعاه لمجلسه وطلب منه الرجوع عن مذهبه، ثم تكلم الخارجي فجعل يشرح مذهبه ويزينه بلسان طلي حتى قال الخليفة: لقد كاد يوقع في خاطري أن الجنة خلقت لهم وأنني أولى بالجهاد منهم ثم رجعت إلى ما ثبت الله على من الحجة ووقر في قلبي الحق!.

وهـــناك الكثيـــر مـــن الـــشواهد التي تؤكد وعي جماعات الإسلام السياسي بخطـــورة الـــدور الذي يلعبه الاتصال والإعلام المباشر في نشر الأفكار، ولعل ذلـــك يفـــسر شـــدة اهتمامها بالتسلل إلى كل المنافذ التي يمكن أن يتحكموا من خلالهـــا فـــي وســـائل الإعلام المباشر في المجتمع. وعلى سبيل المثال ركزوا

جهودهم في التسلل إلى كلية دار العلوم بجامعة القاهرة لمعرفتهم بكونها المصدر الأساسي لتغذية المدارس الابتدائية والإعدادية بالمدرسين في معظم التخصصات، وهو الأمر الذي يمكنهم من غرس أفكارهم في عقول النشء في سن مبكرة، كذلك حاولوا التسلل إلى كليات التربية وكليات التربية النوعية. وفي الوقت الذي نراهم لا يقبلون على الالتحاق بالكليات الأزهرية العملية كالطب والهندسة، نراهم يكادون يحتكرون معظم الكليات الأزهرية النظرية لكونها مصدراً رئيسياً لمدرسي اللغة العربية في مدارس وزارة التربية والتعليم، كما أنها المصدر الأول للوعاظ وخطباء المساجد.

لذلك لم يكن غريباً أن نرى الكثير من المدرسين والمدرسات في المدارس الحكومية والخاصة يفرضون على الطالبات ارتداء الحجاب، كما قام بعضهم بالفصل بين التلاميذ والتلميذات في المدارس المختلطة، وفي الوقت ذاته وجد الكثير من الوعاظ والخطباء في المساجد الحكومية والأهلية يدعون صراحة لأفكار الجماعات المتشددة بين المصلين، وقد اعترف وزير تعليم سابق بأنه قام باستبعاد ألف مدرس من التدريس، وحولهم إلى وظائف إدارية لاعتناقهم الأفكار المتطرفة، ورغم ضخامة الرقم إلا أنه في نظر البعض لا يمثل الحقيقة كلها.

اعتقد أننا الآن مؤهلون للإجابة عن التساؤلات التي طرحت في البداية، حول مدى مسئولية الإعلام في نشر التطرف، إن بذرة التطرف التي انبثقت داخل السجون والمعتقلات في الستينات ما كان لها أن تنمو وتنتشر في المجتمع المصري دون مساعدة فعالة من وسائل الإعلام، وللحق نقول إنه إذا كان السادات مسئولاً عن نشر الفكر المتطرف بسبب تشجعيه التيارات الدينية المتشددة لمواجهة معارضيه من الناصريين واليساريين، فإن أساليب القمع غير الإنسانية وغير المبررة في السجون والمعتقلات الناصرية قد أوجدت هذا الفكر.

وفي الوقت ذاته فإن تقاعس الإعلام عن مواجهة المتشددين ولفترة طويلة من الثمانينات، مكن هذا الفكر المتطرف من الوصول إلى مواقع مؤثرة في المجتمع وخاصـــة في النقابات والجامعات، مما أصاب بعض فصائل المتشددين بالغرور الـــذي صـــور لهـــم قدرتهم على القفز إلى السلطة في بداية التسعينات. وعندئذ أدركت الدولة متأخرة حجم الخطر فلجأت إلى المواجهة الأمنية العنيفة لجماعات التطرف، فكان أن تحول التطرف إلى إرهاب.

[٣]

الإعلام هو الحل

مـــن المؤكد أن مصر عانت كثيراً من تبعات تحول بعض جماعات الإسلام الـــسياسي من التطرف إلى الإرهاب، وقد خرجت البلاد من التجربة بالعديد من الدروس، لعل من أهمها أن المواجهة الأمنية لا تكفي وحدها لحل المشكلة، وإنما لابد وأن يسير معها على خط واحد حلول سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية.

والإعـــلام واحد من هذه الحلول، ولعله أخطرها وأكثرها تأثيراً في دفع كلا الطرفين: السلطة وجماعات الإسلام السياسي إلى تبني الخيار الديموقراطي.

فالحـــل الإعلامي للمشكلة يقوم على إمكانية أن يلعب الإعلام دوراً في دفع جماعـــات الإســـلام الـــسياسي المعـــتدلة إلى الانحياز إلى الخيار الديموقراطي والانخـــراط في العملية السياسية الديموقراطية في مجتمعاتها، وفي الوقت ذاته يقـــوم الإعـــلام، بتـــشجيع الـــنظم الـــسياسية العربية إلى الانحياز إلى الخيار الديموقراطي وتطوير العملية السياسية في المجتمع باتجاه الديموقراطية، كوسيلة لجذب تيار الإسلام السياسي المعتدل للمشاركة في العملية السياسية.

إن محاصرة تيار الإسلام السياسي المعتدل، والضغط المستمر عليه لا يمكن أن يـــستمر إلـــى مـــا لا نهايـــة، وقد يدفع القمع المستمر والضغط المتواصل والحرمان من العمل السياسي فئات من هذا التيار المعتدل إلى التحول إلى التيار المتطـــرف يأساً من حدوث تطور في العملية السياسية الديموقراطية، هذا الدور

المـزدوج للإعــلام لا بديل عنه لتجنب وقوع صراع لا مفر منه إذا ما ظلت المواقف جامدة دون تغيير أو تطوير.

ويمكــن في هذا المجال الاستفادة من تجربة دول غرب أوروبا مع الأحزاب الـشيوعية والاشتراكية في النصف الأول من القرن الماضي، حيث تمكنت هذه المجتمعات من استيعاب الكثير من الأحزاب والتنظيمات الشيوعية والاشتراكية وإشــراكها في العملية السياسية من خلال تهيئة الظروف المناسبة لإيجاد تقارب تدريجــي بــين الـسلطة والأحزاب الشيوعية والاشتراكية، بحيث انتهى الأمر بالاعتراف المتبادل بين الطرفين.

لقــد شــهدت دول غــرب أوروبا في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العــشرين تطــورات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية بالغة الأهمية، حيث أدى نمو الصناعة في هذه الفترة إلى زيادة حدة المنافسة، وهدد ذلك في كثير من الأحــيان سلامة البناء الاقتصادي للمجتمع كله، وقد دفع ذلك الخطر إلى اتخاذ مجمــوعة مــن الإجراءات والتشريعات التي تسمح بتدخل الدولة في الاقتصاد الرأســمالي بحيث اتسع المفهوم الليبرالي ليشمل الحركة التي أطلق عليها دولة الرفاهية أو الخدمة العامة أو دولة الرفاهية العامة، وهي حركة تدعو إلى تدخل الدولة لتحقيق مجموعة من التشريعات التي تستهدف تخفيف حدة الرأسمالية عن طريق تقديم بعض التنازلات لصالح الطبقة العاملة والفقراء كقوانين التأمين ضد البطالة والتأمين ضد العجز والتأمين الصحي والتأمين على الحياة، بل إن أفكاراً مثل الضرائب التصاعدية التي تفرض لصالح الأغلبية صارت جزءاً أساسياً من الفكــرة الليبــرالية، وأصــبح جوهر المبدأ الليبرالي يقول بأن الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج يجب أن تبقى، ولكن لابد وأن ينظم نتاج هذه الملكية بحيث يمكن تقديم العون لمن لا تمكنهم أجورهم من التمتع بمستوى معيشي معقول، لذلك فقد صار المثل الأعلى الليبرالي هو إقامة دولة الرفاهية.

وفي هذه الفترة كانت غالبية الأحزاب الاشتراكية في دول غرب أوروبا تدين بالماركسية مثل الحزب الاشتراكي الديموقراطي الألماني (١٨٧٥م) والاتحاد الديموقراطي الأسباني (١٨٧٩م) والاتحاد الاشتراكي الديموقراطي الدانمركي (١٨٧٩م) والاتحاد الديموقراطي الاشتراكي في بريطانيا (١٨٨٤م). ولكن سرعان ما بدأت هذه الأحزاب في الابتعاد تدريجياً عن الماركسية مع بداية القرن العشرين عندما أدخلت تغييرات جوهرية على قوانين الانتخابات في كثير من دول غرب أوروبا جعلت من الممكن أن يحصل الاشتراكيون على عدد من المقاعد البرلمانية التي منحتهم قوة سياسية أخذت تنمو باستمرار ومكنتهم بالتدريج من الحصول على مكاسب هامة لجمهور الناخبين، وبمرور الوقت صار من الممكن لهذه الأحزاب أن تحصل على الأغلبية البرلمانية، وأن تصل إلى الحكم[١٢].

ولم تكد الحرب العالمية الأولى تضع أوزارها (١٩١٤- ١٩١٨م) حتى كان الطلاق قد تم نهائياً بين الأحزاب والحركات الاشتراكية الديموقراطية وبين الماركسية، وتشكل الأساسي الأيديولوجي للمذهب الاشتراكي الديموقراطي الذي يقوم على الديموقراطية البرلمانية بديلاً عن دكتاتورية البروليتاريا، والذي يرى أن الاشتراكية يمكن أن تقوم عن طريق الأسلوب البرلماني بدلاً من الثورة، والذي يؤمن بالقومية لا بالأممية، رافضاً في نفس الوقت مفهوم الثورة العالمية.

وبعد أن كانت الماركسية تبسيط ظلها على جميع أعضاء الدولية الأولى (١٨٦٤م) والدولية الثانية (١٨٨٩م) انفصل الجناح الثوري في الحركة الاشتراكية ليكون الدولية الثالثة (الكومنترن) في ١٠ مارس ١٩١٩م وضمت الأحزاب التي اعتمدت الأيديولوجية الماركسية برنامجاً لها، بينما أحيا الجناح الإصلاحي في الحركة الاشتراكية (الدولية الثانية) في عام ١٩١٩م، وضمت الأحزاب الاشتراكية الديموقراطية وسميت الدولية الثانية بدولية العمال

الاشتراكيين وذلك في مؤتمر هامبورج عام ١٩٢٣م، ولا تزال هذه الدولية قائمة حتى اليوم وتضم غالبية الأحزاب والحركات الاشتراكية الديموقراطية في العالم(١٣).

ومن المهم أن نؤكد أن الإعلام وبخاصة الصحافة لعبت دوراً كبيراً في أحداث هذا التقارب المتبادل الذي حدث بين الأحزاب الماركسية الأوروبية وبين الحكومات في بلدانها، حيث أتاحت حرية الصحافة في هذه المجتمعات الديموقراطية مناخاً مناسباً لحوار استمر طويلاً بين الطرفين وقد أدى في النهاية إلى التقريب بينهما، بحيث شكلت الصحافة ميادين اختبار لمدى جدية الخيار الديموقراطي لدى الطرفين، وبعد سنوات غير قليلة من الفشل وعدم الثقة، أتى الحوار بثماره التي تجسدت في تطوير الحكومات الغربية لقوانينها بحيث تسمح بمشاركة الأحزاب الاشتراكية في الانتخابات البرلمانية وفي الحكم، ومن ناحية في تطوير الأحزاب الاشتراكية الأوروبية لأفكارها بحيث تخلت عن مفاهيم الثورة ودكتاتورية البروليتاريا لصالح الانتخابات الديموقراطية والوصول إلى الحلم عن طريق البرلمان.

واعتقد أن التجربة المصرية في التعامل مع جماعات الإسلام السياسي وخاصة الجناح المعتدل منها، قد سارت خطوات غير قصيرة في مسألة التقارب بين السلطة وجماعة الإخوان المسلمين وكافة أطياف الجناح المعتدل في العمل الإسلامي(١٤).

ورغم التشدد الظاهر من السلطة في عدم الاعتراف بشرعية الجماعة، إلا أن السلطة أبدت أخيراً استعدادها للاعتراف بشرعية الجماعة إذا ما قامت بتشكيل حزب سياسي لا يخلط بين الدين والسياسة، ورغم أن الجماعة استقبلت هذه الدعوة بتحفظ إلا أنها سرعان ما بدأت تفكر بالفعل في التحول إلى حزب سياسي، وقدمت إلى الرأي العام مشروعاً لبرنامج هذا الحزب بدا واضحاً فيه

أنهـــا لم تحسم بعد فكرة عدم الربط بين الدين والدولة، بدليل أن برنامج الحرب المقتـــرح نضمن اقتراحاً بتشكيل لجنة من علماء الدين ويعرض عليها قرارات المجالس النيابية لإجازتها وكذلك قرارات رئيس الجمهورية التي تصدر بقانون في غيبة البرلمان، وهو ما يجعل برنامج الحرب المقترح أقرب إلى الدعوة إلى الدولة الدينية وأبعد عن الدعوة إلى الدولة المدنية.

ولـــن يكون هذا هو نهاية المطاف في العلاقة بين السلطة وجماعة الإخوان المـــسلمين وإنمـــا هي خطوة في طريق طويل للتقارب بين الطرفين وقد علمتنا التجربة أنهما يتقدمان في طريق التقارب خطوتين، ثم يتراجعان خطوة وهكذا، ففـــي إحدى المرات سمحت السلطة للجماعة بدخول البرلمان تحت لواء حزب الـــوفد عـــام ١٩٨٤م، ومـــرة ثانية سمحت الحكومة للجماعة بدخول البرلمان كمستقلين عام ٢٠٠٥م، فهل تكون الخطوة القادمة السماح لهم بدخول الانتخابات وبالتالي البرلمان كأعضاء في حزب سياسي خاص بهم..؟

المهـــم أن يستمر السير في طريق التقارب مهما بدت الخطوات بطيئة، ولا يجب أن يزعجنا كثيراً عمليات القبض والإفراج المستمرة من قبل السلطة لأفراد وقيادات من الجماعة، فهذا يندرج غالباً في التراجع خطوة، قبل التقدم بخطوتين!

وفي هذه الفترة بالذات يمكن للإعلام وبخاصة الصحافة أن تلعب دوراً هاماً في عملية التقارب بين الطرفين، حيث تتاح الفرصة للجماعة بأن تطرح أفكارها بـــدون قـــيود أو ضـــغوط، وفـــي المقابـــل يجري مناقشة هذه الأفكار ونقدها بموضـــوعية ورغـــبة فـــي خلق حوار جاد وصحي يؤدي إلى التقارب لا إلى التـــباعد، وصحيح أن بعض أفراد في الجماعة وكذلك عدد من المتعاطفين معها يطـــرحون بين حين وآخر جانباً من أفكار الجماعة ورؤها، ولكن هذا لا يكفي وحده لإقامة حوار بناء بين الطرفين، بل يحدث في أحيان كثيرة أن يسعى بعض من يعبرون عن الجماعة في الصحافة ووسائل الإعلام إلى إشعال الخلاف بين

الطرفين والإيقاع بينهما رغبة في استمرار الصدام لمصالح أطراف أخرى بعضها معروف ومرئي وآخر مجهول وغير مرئي، وإذا ما أجرينا تحليلاً لمضمون عدد من الصحف الخاصة وبعض الصحف الحزبية التي تقدم نفسها كمدافع عن الإخوان المسلمين، فسوف نكتشف أنهم لا يخدمون الجماعة وأفكارها بقدر ما يخدمون مصالحهم ويضرون بالجماعة، لذلك يحتاج تطوير التقارب بين السلطة والإخوان المسلمين، أن يسمح لهم بأداة إعلامية صريحة وواضحة للتعبير عنهم، يمكن من خلالها إجراء حوار علني مع أفكارهم على مرأى ومسمع من الشعب كله ليكون مشاركاً في الحوار وشاهداً أو رقيباً في ذات الوقت.

وإذا كان الجيش قد لعب دور (الضامن) لاستمرار الديموقراطية في التجربة التركية فإن تنمية وعي الشعب بضرورة الديموقراطية سيلعب دور الضامن في التجربة المصرية والإعلام وحده هو القادر على إقناع المواطنين بضرورة الديموقراطية، والنظر إليها كأسلوب حياة يلزم الجميع بمسئولياتهم ويصون في ذات الوقت حقوقهم، عندئذ يصير الشعب قادر على حماية نفسه من المغامرين والإنقلابيين وأنصار السلطة المطلقة، سواء ارتدوا زي العسكر أو مسوح رجال الدين.

هوامش الفصل الثامن

1- Stevenson. N: Understanding Media Cultures, Social Theory and Masscommunication. Sage. Publications. London. 1995. p.p. 42- 47.

2- Tofler. A.: The Third Wave. Macmillan. London. 1980, p.p. 202-209.

٣- رمضان. عبد العظيم: جماعات التكفير في مصر، الأصول التاريخية والفكرية- الهيئة المصرية العامة للكتاب- القاهرة- ١٩٩٥، صـ٩٤.

٤- كمال محمد. إيهاب: الإخوان المسلمون- الحرية للنشر والتوزيع- القاهرة- ٢٠٠٦م- صـ٢٥- ٢٦.

٥- علي. عبد الرحيم: الإخوان المسلمون، أزمة تيار التجديد. مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات القاهرة ٢٠٠٤، صـ٦٨.

٦- الكتاب السنوي لاتحاد الإذاعة والتليفزيون عن الأعوام من ١٩٧٩-١٩٨١م.

٧- المصدر السابق.

8- Winston. B.: Media Technology and Society. A History from the telegraph to the Internet. Routledge. London. 1998. p.p. 33- 36.

9- Karen. S: Strategic Political communication, Rethinking, Social influence persuation, and propaganda. Rowman and littlefield. London. 2004. p.p. 42- 48.

10- Poster. M.: The Second Media Age. Cambridge. London. New york. 1995. p.p. 82- 87.

11- Holmes. David: Communication theory. Sage. London. New york. 2005. p.p. 122- 132.

12- Ball. Terence and Dagger. Richardb: political ideologies and the Democratic Ideal. HarperCollins. Publishers. New york. 1997. p.p. 15- 20.

13- Novak. Michael: The Spirit of Democratic Capitalis m. Atouchstone Book. New york. Therd Edition. 2001- p.p. 29- 31.

١٤- لمزيد من التفاصيل في مجال العلاقة بين السلطة وجماعات الإسلام السياسي أنظر:

Mourad. Mahmoud: the terrorist phenomenon. General Egyptian Book Organization. Cairo. 1997.

الشيخ. ممدوح: الجماعات الإسلامية المصرية المتشددة. مكتبة مدبولي- القاهرة- ٢٠٠٥م.

يوسف. السيد: الإخوان المسلمون والدولة الإسلامية- العربي للنشر والتوزيع- القاهرة- ١٩٩٦م.

رمضان. عبد العظيم: الإخوان المسلمون والتنظيم السري- الهيئة المصرية العامة للكتاب- القاهرة- ١٩٩٣م.

كروم. حسنين: الإخوان المسلمون والصلح مع إسرائيل- القاهرة- ١٩٨٥م.

عبد الفتاح. نبيل: المصحف والسيف، صراع الدين والدولة في مصر- مكتبة مدبولي القاهرة- ١٩٨٧م.

الفصل التاسع

الإعلام وقضايا التحول الديموقراطي

تتـــنوع الـــنظم الـــسياسية في العالم، وتتنوع معها مستويات الديموقراطية، ومازالـــت هـــناك حتى الآن نظم سياسية غير ديموقراطية رغم الاهتمام بنشر الديموقـــراطية فـــي العقـــدين الأخيـــرين وخاصة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية مع مطلع تسعينات القرن الماضي.

ومن المهم أن نعترف أن الديموقراطية المثالية غير موجودة في أي مكان في العـــالم، ورغم ذلك فقد نجح الإعلام في أن يخلق عند الناس إحساسا عاما بأننا نعـــيش فـــي هصر تحول ديموقراطي، بحيث أصبحت معظم نظم الحلم تقريبا تدعي أنها ديموقراطية وتقيم شرعيتها علي هذا الأساس.

وقـــد أصبح هناك شبه أجماع دولي علي أن احترام حقوق الإنسان، وحرية المـــرأة، أصـــبحا الـــيوم من ضمن المعايير الرئيسية التي يقاس بها مدي توفر الديموقـــراطية فـــي أي مجتمع أنساني، إضافة إلي ظهور معايير جديدة تتزايد أهميتها مع الوقت مثل استقلالية الإعلام المحلي في مواجهة العولمة وموضوعية التغطية الأخبارية.

أن المـــواطن فـــي أي مجـــتمع هـــو صـــاحب المصلحة في قضايا التحول الديموقراطـــي وفـــي مقدمـــتها احترام حقوق الإنسان وحرية المرأة واستقلال الإعلام المحلي والموضوعية في التغطية الإخبارية وعندما يقوم الإعلام بدوره فـــي خدمـــة هذه القضايا فهو يحقق بذلك ديموقراطية الإعلام وشعبيته في ذات الوقت.

[١]

الإعلام وحقوق الإنسان

من الإنصاف أن نعترف بالدور المؤثر الذي قامت به وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة في التعريف بمبادئ وثقافة حقوق الإنسان، وتصديها في حالات غير قليلة لبعض انتهاكات حقوق الإنسان، وقيامها بكشف وإحاطة الرأي العام بها، كذلك شكلت وسائل الإعلام نوعاً من الحماية لجمعيات حقوق الإنسان، ولبعض الناشطين في هذا المجال، في ظل موقف الأجهزة غير المتحمسة لحركة حقوق الإنسان[١].

وفي حالات غير قليلة أدي قيام وسائل الإعلام بالتغطية الإعلامية لبعض انتهاكات حقوق الإنسان إلي خلق رأي عام رافض لهذه الانتهاكات مما شكل قوة ضغط معنوية أدت إلي وقف هذه الانتهاكات أو تحجيمها أو محاسبة المتسببين فيها أو المسئولين عنها[٢].

ومن المهم الاعتراف أيضا بوجود العديد من الممارسات الإعلامية غير الإيجابية لقضايا حقوق الإنسان في مصر والعالم العربي ومنها النظر إلي ثقافة حقوق الإنسان باعتبارها نتاجاً للثقافة الغربية المعادية للعرب والإسلام، وكذلك باعتبارها محاولة من الولايات المتحدة الأمريكية ودول الغرب لتحديد أجندة القضايا في مصر والعالم العربي، واستبدال القضايا الوطنية والقومية في هذه الأجندة والتي تعبر عن مصالح الشعب المصري والشعوب العربية بالقضايا التي يتبناها الغرب والتي تعبر عن مصالحة.

وهـــناك بعض المعالجات الإعلامية التي تربط بين بعض المؤسسات العاملة بحقــوق الإنـــسان وبين التمويل الأجنبي، وما يثيره ذلك من مخاوف الاختراق المادي لمنظمات المجتمع المدني.

وهـــناك بعـــض الممارســـات السلبية في المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان ترتبط العمل الإعلامي ونمط الملكية السائد في وسائل الإعلام ومساحة الحريات المتاحة و مستوي الأداء الإعلامي، ومن نماذج هذه الممارسات، غلبة التغطـــية التـــسجيلية علي حساب التغطية الإعلامية التفسيرية والتحليلية الأكثر عمقـــاً ممـــا أدي إلـــي شيوع ظاهرة عدم الدقة في بعض المعالجات الإعلامية لقـــضايا حقـــوق الإنسان، ومنها تزايد طابع الإثارة علي بعض هذه المعالجات الإعلامـــية وخاصـــة فـــي بعـــض الفضائيات، وكذلك في العديد من الصـــحف، وبخاصـــة فـــي القـــضايا التي تتعلق بالحقوق السياسية ، حيث يلاحظ أن القيم الإعلامـــية السائدة في بعض هذه الممارسات الإعلامية السلبية، ,التي يتم علي أساســـها تقيـــيم واختيار ما ينشر أو يذاع، وكذلك تحديد حجم ومساحات الوقت الـــذي تخصصه وسائل الإعلام لقضايا حقوق الإنسان، لا يراعي القيمة الحقيقة للموضـــوعات المعالجـــة، بقـــدر ما يراعي ما يتوفر فيها من عناصر الجذب والإثارة للقراء أو المستمعين أو المشاهدين[٣].

وهـــناك أيـــضاً نقص المصداقية لبعض المعالجات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، بسبب الجنوح إلي المبالغة، وعدم الموضوعية، بحيث تكون أقرب إلي الدعاية منها إلي الإعلام.

أضف إلي ذلك غياب التأهيل الإعلامي الكافي والمتخصص للإعلاميين الذي يعالجون قضايا حقوق الإنسان، وبخاصة من شباب الإعلاميين[٤].

ولكل الأسباب والظواهر السابقة ظهرت الحاجة إلي وجود رؤية جديدة لنشر ثقافة حقوق الإنسان، بهدف تعزيز وتنمية حماية حقوق الإنسان، وترسيخ قيمها،

ونــشر الوعي بها والإسهام في ضمان ممارستها، وذلك بالاستعانة بالمؤسسات والأجهــزة المختــصة بشئون التعليم والتنشئة والإعلام والتثقيف، وأن يتم ذلك بالتنــسيق مــع كافــة وســائل الإعلام والاتصال الجماهيري والمباشر، العامة والخاصــة بحــيث يــتم الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام لتعزيز وتنمية حماية حقــوق الإنسان وترشيد قيمها ونشر الوعي بها والإسهام في ضمان ممارستها وكذلك تطوير التغطية الإعلامية لكافة نشاطات حماية حقوق الإنسان من خلال التعاون والتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقنوات الاتصال المباشر أضــفت إلي ذلك أهمية الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام في نشر ثقافة حقوق الإنــسان وتوعــية المواطنين بها، وسد الفجوات الاتصالية بين المواطنين في الحضر والريف وبين الرجال والنساء(٥).

أن التــناول الإعلامــي لقضايا حقوق الإنسان ينبغي أن يعتمد علي منهجية الحوار والتبادل الحر للأفكار والآراء وقبول التعددية في المواقف والاتجاهات، وذلــك انطلاقــاً من كون موضوع حقوق الإنسان يمثل تاريخيا أحدي القضايا الخلافــية المثيــرة للجــدل بــين أصحاب الرؤى الفكرية بمرجعياتهم السياسية والاقتــصادية والاجتماعــية والثقافــية، وذلك سعياً لتطوير مناخ يعترف بحق الاختلاف ويحترم لغة الحوار والمناقشة الموضوعية بعيداً عن التعصب وفرض الرأي.

ولا بــد من تكامل دور وسائل الإعلام الجماهيري وقنوات الاتصال المباشر ووسائل التثقيف والتنشئة الاجتماعية في التعبير عن قضايا حقوق الإنسان(٦) ، مــع الاعتراف بأهمية وجود آلية منتظمة ومستمرة للمتابعة و التقييم والتطوير للخطــط والسياسات والبرامج الإعلامية الخاصة بقضايا حقوق الإنسان، وكذلك أهمــية التواصــل المــستمر بــين الإعلاميين المهمتين بقضايا حقوق الإنسان والباحثين المهتمين بهذا المجال حتى يتسنى من خلال ذلك تشخيص واقع حقوق

الإنـــسان بدقة مع إمكانية استفادة الإعلاميين من نتائج الدراسات التي يقوم بها الباحثون[٧].

ومن الضروري قيام وسائل الإعلام بحسن انتقاء الإعلاميين الذين توكل إليهم مهمـــة الإعـــلام عـــن حقـــوق الإنسان وتزويدهم بالقيم المرغوبة في التغطية الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان، وكذلك البعد عن المعالجات الإعلامية الجزئية أو الهامـــشية وعـــدم تـــناول قضايا حقوق الإنسان بمعزل عن الواقع السياسي والاقتـــصادي والاجتماعـــي، وتجـــنب الأسلوب الدعائي والتوجيه المباشر في المعالجـــات الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان وترشيد المعالجات الإعلامية التي تعتمد علي استغلال قضايا حقوق الإنسان كمصدر للإثارة.

ومـــن المهم العناية بتدريب وتأهيل كافة القائمين بالاتصال في قضايا حقوق الإنسان الذين يشملون شريحة واسعة تضم الصحفيين والكتاب والإعلاميين في الإذاعـــة والتلفـــزيون والقنوات الفضائية والانترنت من المهتمين بقضايا حقوق الإنـــسان وهـــناك أيضاً القائمون بالاتصال الذين يقوم عليهم الاتصال المباشر ومنهم قيادات المجتمع المحلي وقادة الرأي الطبيعيين من رجال الدين والمدرسين والأطباء والمرشدين الزراعيين وغيرهم من أفراد النخبة المثقفة في أي مجتمع محلي، وكذلك هناك نشطاء مؤسسات حقوق الإنسان ومنظمات المجتمع المدني، والباحثون في المراكز العلمية والبحثية في مجالات الإعلام والاتصال.

ومـــن المهم العمل علي تأهيل وتدريب القائمين بالاتصال علي كيفية الإعلام عن ثقافة حقوق الإنسان وتنمية مهاراتهم الإعلامية، علي أن يراعي في عمليات التأهـــيل والـــتدريب تنوع الاحتياجات الإعلامية، للقائم بالاتصال حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية ووفق خصائص الجمهور المستهدف.

كـــذلك مـــن المهم الاهتمام بالإعداد الجيد للرسائل الإعلامية، وتوفير المادة العملـــية الـــصحيحة والدقـــيقة، والبعد عن التعميم والمجردات، أو الإغراق في

التنظيم وتجاهل الواقع المعاصر، والتركيز علي المعالجة النقدية لانتهاكات حقوق الإنسان بهدف كشفها للرأي العام وتقويمها، والتركيز علي الخطاب الديني المستنير لحماية حقوق الإنسان، حتى لا يساء استغلاله من جانب البعض في تبرير انتهاك حقوق الإنسان مع ضرورة التأكيد علي أهمية المضمون الترفيهي (خاصة الدراما) في طرح قضايا حقوق الإنسان بأشكال متنوعة وجذابة لجماهير مختلفة من المواطنين، وهو الأمر الذي يتطلب إجراء مزيد من الحوار والتفاعل مع المبدعين وكتاب الدراما لإيجاد إطار مشترك لمعالجة قضايا حقوق الإنسان.

كذلك من المهم إعداد قاعدة بيانات ومعلومات حول مختلف القضايا والشخصيات المتصلة بالمجالات ذات العلاقة بحقوق الإنسان وتزويد وسائل الإعلام بها ليتم الاستفادة منها كمصادر للمواد الإعلامية أو ضيوف للبرامج المختلفة وإعداد ملفات إعلامية تتضمن معلومات خلفية حول الموضوعات الخاصة بحقوق الإنسان وتزويد الإعلاميين ووسائل الإعلام بها للاستفادة منها في الإعداد الجيد للمواد الإعلامية الخاصة بحقوق الإنسان.

ويكتمل الجهد السابق مع تشجيع منظمات حقوق الإنسان للتعاون مع المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث العلمية في إعداد ملخصات للبحوث والدراسات المتصلة بقضايا حقوق الإنسان، وتزويد وسائل الإعلام بها.

ورغم سنوات عمرها القصيرة نسبياً فقد تحصلت جمعيات حقوق الإنسان علي خبرات متراكمة في كيفية استخدام وسائل الإعلام في التوعية بحقوق الإنسان، ومن ابرز الوسائل الإعلامية التي استخدمتها حركة حقوق الإنسان: البيانات الصحفية: والنداءات العاجلة، والتقارير النوعية التي تعالج ظاهرة بعينها في فترة زمنية معينة مثل ظاهرة العنف أو التعذيب أو حرية الإعلام وغيرها، وهناك التقارير الشاملة التي تعالج أوضاع وظواهر دائمة مثل حقوق المرأة وحرية الصحافة وغيرها، ,هناك التقارير السنوية وكذلك لوحظ الاهتمام بإصدار

النـــشرات الإعلامية غير الدورية، فضلاً عن الاهتمام بوسائل الإعلام المباشر عبر الحلقات النقاشة والندوات والمؤتمرات(٨).

ويلاحـــظ محدوديـــة النشاط الإعلامي لجمعيات حقوق الإنسان عبر وسائل الاتـــصال الجماهيري وخاصة الراديو والتليفزيون وبنسبة أقل الصحافة، ولعل ذلـــك يعود إلي نمط الملكية السائد في الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، حيث تملك الدولـــة كافة الخدمات الإذاعية والتليفزيونية الأرضية في كثير من الدول النامية ومنها المنطقة العربية.

كـــذلك فـــإن الجمعيات حقوق الإنسان تجربة متميزة في التعامل مع وسائل الإعـــلام الدولـــي، حيث حرصت وخاصة في فترة نشأتها الأولى على إحاطة الـــرأي العـــام الدولـــي بكافة المستجدات على ساحة حقوق الإنسان عن طريق مخاطـــبة المـــنظمات الدولـــية والهيئات التابعة للأمم المتحدة مثل لجان حقوق الإنـــسان ومـــنظمة العمل الدولية، وكذلك عن طريق الصحف الدولية ووكالات الأنـــباء الدولـــية، ونشر الرسائل الإعلامية عبر الانترنت، ولم يقتصر الإعلام الدولي لمنظمات حقوق الإنسان على وسائل الاتصال الجماهيري، وإنما نشطت أيضاً في استخدام وسائل الاتصال الدولي المباشر، عبر عقد اللقاءات مع ممثلي المنظمات الدولية والدبلوماسيين الأجانب، وعقد المؤتمرات الصحفية التي تجمع وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية(٩).

ومـــن المهـــم أن نخضع تلك التجارب الإعلامية للدراســـة والتقـــييم لكـــي نستفـــيد من إيجابياتها وأن نستبعد سلبياتها، كذلك من الضروري وضع دراسة تفـــصيلية عن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وذلك للتعرف على الوسائل الأكثـــر مناسبة للتعبير عن قضايا حقوق الإنسان، والأكثر تأثيراً في نشر ثقافة حقوق الإنسان(١٠).

إن كثيـــراً مـــن قضايا حقوق الإنسان هي بطبيعتها قضايا خلافية تحتاج إلى

طـــرح الــــرأي والرأي الآخر وصولاً إلى إقناع الرأي العام بهذه القضايا، ومن المعـــروف أن الاقتـــناع برأي أو فكر ما يمر بخمسة مراحل وهي: الإدراك ثم الاهتمام، ثم المحاولة أو التجربة، ثم الاقتناع ثم التبني فلا يمكن أن يتحقق بدون الاتـــصال المباشـــر، الشخـــصي أو الجمعي ومن هنا فمن الضروري الاهتمام بوســـائل الاتـــصال والإعلام المباشر في نشر ثقافة حقوق الإنسان، فهي الأكثر قدرة على الإقناع بحكم تعاملها مع جماهير نوعية ومحدودة العدد، كما أنه يكون للقائم بالاتصال غالباً خبرة في التعامل مع هذا الجمهور[١١].

وهكـــذا يتضح أنه كلما زادت مساحة الديموقراطية الإعلامية في مجتمع ما، زادت قدرة وسائل الإعلام على خدمة قضايا حقوق الإنسان.

[٢]

الإعلام وحرية المرأة

رغـــم أن المرأة تمثل نصف عدد السكان أو أكثر في معظم البلدان، إلا أنهن مـــا زلن يعاملن كأقلية، وغالبا ما تكون وطأة الفقر والتخلف وفقدان العدالة أشد وطـــأة على النساء منها على الرجال، ولقد أكدت العديد من الدراسات الإعلامية الميدانية، وفي أكثر من بلد، أن مواقف الجمهور من المرأة تشكل عاملا حاسما في تقرير أوضاع المرأة في المجتمع، كما تبين أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرا قويا في تشكيل هذه المواقف، وللأسف فإن الصورة السلبية التي تقدم بها المرأة فـــي وســـائل الإعلام، قد ساهمت وبقدر مؤثر في استمرار الأوضاع المتردية للمـــرأة، ويعتـــرف تقريـــر هام لمنظمة اليونسكو عن "الإعلام و المجتمع" قلما تـــصور النـــساء وهن يشاركن في جوانب ذات شأن في العمل أو وهن يشغلن وظائف ذات مستقبل أو مناصب في الحياة العامة، وتصور النساء عادة على أن نشاطهن يقتصر على الأعمال المنزلية أو العمل كسكرتيرات ومساعدات أو في وظائف مشابهة تحت أمرة الرجال، بل أنه في المواقف العائلية والشخصية، تبدو النساء كما لو كن عاجزات عن اتخاذ القرارات دون توجيه من الرجال[١٢].

وصـــحيح أنه في السنوات الأخيرة تولت النساء رئاسة الحكومة في عدد من البلاد، ولكن ذلك أمر استثنائي، فما زالت غالبية النساء محصورات في المراتب الدنـــيا مـــن الحياة العامة، وفي كثير من البلاد أما أن يستبعدن من الاجتماعات

العامـــة أو ينتظر منهن الإنصات في صمت بينما يتحدث الرجال، والرجال في الغالــب هم الذين يسيطرون على الأحزاب السياسية والنقابات، ورغم أن المرأة أصـــبحت تتمـــتع بحق التصويت في معظم البلاد، إلا أنه يصعب عليها ترشيح نفـسها للانتخابات ولا تشكل النساء سوى أقلية ضئيلة في المجالس النيابية، كما إنهـــن ممـــثلات تمثـــيلا رمزيا في الوزارات وينعكس هذا الاختلال على عالم الاتـــصال والإعلام، فعادة لا تولى وسائل الإعلام عناية كافية للقضايا التي تهم المــــرأة بصفة خاصة [٢٠] سواء كانت أنشطة الحركات النسائية أو إسهامهم في النشاط الاجتماعي.

وفـــي وســـائل الإعلام تصور المرأة على أنها تستهين بذاتها وتتواكل على غيـــرها، ويعـــوزها المنطق، وتؤمن بالخرافات ولا تتحكم في عواطفها، وفي الإعلانـــات بصفة عامة، تصور النساء، أما كربات بيوت ينحصر اهتمامهن في الاحتياجات المنزلية أو كرمز مغر للجنس يجعل السلع الاستهلاكية أكثر جاذبية عن طريق تداعي الأفكار[١٣].

أن الأثـــر الشامل لصورة المرأة في وسائل الإعلام هو دعم التحيز والقوالب الجامدة بدلا من الحد منها، ومن شأن هذا التشويه للواقع أن يؤد الصورة السلبية للمرأة وأن يدعم الأوضاع المتخلفة التي تعاني منها[١٤].

وعـــندما ننتقل إلى معالجة أوضاع المرأة المصرية والعربية وصورتها في وســـائل الإعـــلام المصرية، فإن المتابع المنصف للمعالجات الإعلامية لقضايا المرأة وشئونها في وسائل الإعلام المصرية والعربية لا يستطيع أن ينكر حدوث تطـــور إيجابي ملموس في هذه المعالجات خلال السنوات القليلة الماضية ولذلك أسباب كثيرة لعل في مقدمتها تنامي دور المرأة في الحياة العامة ووصولها إلى مواقـــع مؤثـــرة في اتخاذ القرارات في المجتمع، وكذلك تزايد إقبال المرأة على التعلـــيم وتفوقها في العديد من تخصصاته مما فتح أمامها أبواب مجالات جديدة

من الأعمال كانت قصرا على الرجال لسنوات طويلة، أضف إلى ذلك أن المرأة أصبحت تشكل جزءا نشطا في حركة المجتمع المدني في العديد من الدول العربية، الذي يكسب كل يوم احتراما متزايدا لإرادته في العديد من القضايا، ومن بينها وقد يكون من أهمها قضايا المرأة وحقوقها.

رغم اعترافنا بما حدث من تطور إيجابي في المعالجات الإعلامية لقضايا المرأة وصورتها فما تزال هناك سلبيات كثيرة في هذه المعالجات، وعند إخضاعها للتحليل النقدي سوف نضع أيدينا على عدد من الملاحظات الهامة ومنها:

أن القيم الإعلامية السائدة في التغطية الإعلامية لشئون المرأة، التي يتم على أساسها تقييم واختيار ما ينشر أو يذاع، وكذلك تحديد حجم المساحة وحجم الوقت الذي تخصصه وسائل الإعلام للمرأة تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة نحو الموضة والأزياء والتجميل والمطبخ، وذلك على حساب الموضوعات التي تعالج قضايا المرأة وحقوقها ومشكلاتها.

وتزايد طابع الإثارة على المعالجات الإعلامية لشئون المرأة بصرف النظر عن القيمة الحقيقية للموضوعات المعالجة، حيث تستخدم المرأة في هذا الإطار كوسيلة لجذب الانتباه بالتركيز عليها كأنثى لإثارة الغرائز وذلك في الإعلانات وبعض الأعمال الدرامية والفيديو كليب وبعض الصور المنشورة في الصحف، وقلة اعتماد وسائل الإعلام على المواطنين والمواطنات العاديين كمصدر للمادة الإعلامية، إذ يعتمد الإعلاميون غالبا على المسئولين والمتخصصين كمصادر، ويأتي المواطنون في ترتيب متأخر وأحيانا يغيبون تماما مما يفقد المعالجات الإعلامية طابعها الجماهيري وعمقها الإنساني، وغياب الإدراك الكافي من جانب بعض وسائل الإعلام الجماهيرية لجماهيرها من النساء، سماتهن وخصائصهم واحتياجاتهن الإعلامية، واعتماد هذه الوسائل على التصورات

السابقة والانطباعات الشخصية غير الدقيقة في كثير من الأحيان مما يخلق فجوة بين ما ينشر أو يذاع وبين الاحتياجات الإعلامية الحقيقية للمرأة، وحين تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى البحوث واستطلاعات الرأي العلمية للتعرف على خصائص جماهيرها من النساء واحتياجاتهن الإعلامية، فإن العوائق البيروقراطية وبعض الدوافع الشخصية تحول دون الاستفادة من نتائج هذه البحوث والاستطلاعات العلمية في تلبية رغبات المواطنات واحتياجاتهن الإعلامية.

وهناك أيضا ونقص المصداقية لبعض المعالجات الإعلامية لشئون المرأة، وذلك بسبب الجنوح إلى المبالغة وعدم الموضوعية في بعض المعالجات، أو بسبب تجاهل المشاكل وعدم الاعتراف بالرأي الأخر في معالجات أخرى وفي حالات غير قليلة فإن ما تقدمه بعض وسئل الإعلام يدخل في باب الدعاية المباشرة أكثر مما يدخل في باب الإعلام، وغياب التأهيل الإعلامي الكافي والمتخصص للقائمين بالاتصال في صفحات وبرامج المرأة في وسائل الإعلام وقلة العناية بإنتقاء من يعملون في هذه الصفحات والبرامج باعتبارها من التخصصات الأقل أهمية مقارنة بغيرها من التخصصات الإعلامية الأكثر جماهيريه والأعلى دخلا مما ينعكس في ضعف مستوى المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة.

ورغم الزيادة الكمية في الأوقات المخصصة لشئون المرأة في الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، فإن توقيتات إذاعة بعض البرامج الإذاعية والتليفزيونية غير المناسبة لظروف حياة وعمل النساء، قد قلل كثيرا من التأثير الإيجابي المتوقع لهذه الزيادة.

من المهم التأكيد على أن علاج سلبيات المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة وشئونها يحتاج إلى وجود رؤية جديدة للمرأة تشارك فيها كافة وسائل الإعلام

وبالتزام ذاتي نابع من هذه الوسائل، وتقوم على تحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعــلام مــن أجــل تحــسين صورة المرأة وتمكينها من أداء دورها السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وإدماج جهودها في التنمية الشاملة والنهوض بالمرأة وحل المشكلات التي تواجهها.

ومن الضروري أن تكون لهذه الرؤية أهداف واضحة ومحددة وواقعية ومنها الاســتخدام الأمــثل لوسائل الإعلام بهدف زيادة اهتمام المجتمع بقضايا المرأة ومــشكلاتها وحقــوقها، بحيث تحتل هذه القضايا والمشكلات مواقع متقدمة في أجــندة وسائل الإعلام، وبالتالي في أجندة الرأي العام، وتفعيل الدور الإعلامي لمــنظمات المجتمع المدني وبخاصة المنظمات والجمعيات النسائية أو تلك التي تهتم بقضايا المرأة وتطوير التغطية الإعلامية لكافة نشاطاتها من خلال التعاون والتنسيق مع كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقنوات الاتصال المباشر، وتكثيف الجهــود الإعلامية من أجل تغيير الصورة النمطية السلبية للمرأة، والعمل على تقــديم صورة حقيقية ومتطورة للمرأة، والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام في التوعية بحقوق المرأة وإبراز مدى تناقض بعض الموروثات الاجتماعية الخاطئة مع هذه الحقوق والسعي إلى تغيير بعض المفاهيم السلبية السائدة عن المرأة في المجــتمع، وسد الفجوات الاتصالية القائمة بين النساء والرجال وبين النساء في الريف والحضر بحيث يتم ترسيخ قيم المساواة وعدم التميز في الفرص والحقوق والواجبات وذلك بهدف تشكيل رؤية مجتمعية منصفة لأدوار المرأة ومسؤولياتها الفعلية في المجتمع.

ولكــن تطويــر الأداء الإعلامــي في مجال المرأة مرهون بوجود سياسات إعلامية تلتزم بها وسائل الإعلام طوعيا وتضمن تحويل هذه الأهداف إلى واقع حي وترجمتها في أشكال وقوالب فنية مناسبة تراعي طبيعة كل وسيلة إعلامية، وكــذلك اختلاف الجمهور المستهدف وغير ذلك من عناصر العملية الاتصالية

وتتــضمن السياسة الإعلامية التي تقوم عليها عملية تطوير المعالجة الإعلامية لصورة وقضايا المرأة عدد من الاعتبارات لعل من أهمها أن التناول الإعلامي لــصورة وقضايا المرأة وشئونها وحقوقها ينبغي أن يعتمد على منهجية الحوار والتــبادل الحر للأفكار والآراء وقبول التعددية في المواقف والاتجاهات، وذلك انطلاقــا مــن كون موضوع المرأة وحقوقها يمثل تاريخيا أحد القضايا الخلافية المثيــرة للجــدل بــين أصحا الرؤى الفكرية بمرجعياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك سعيا لتطوير مناخ يعترف بحق الاختلاف ويحترم لغة الحوار والمناقشة الموضوعية بعيدا عن التعصب وفرض الرأي(١٥)، والبعد عن المعالجات الإعلامية الجزئية أو الهامشية لشئون المرأة وعدم تناول قضايا المــرأة بمعزل عن الواقع الاقتصادي والاجتماعي الذي تعيش فيه(١٦). وتجنب الأســلوب الدعائــي والتوجيه المباشر في المعالجات الإعلامية لشئون المرأة، وترشيد المعالجات الإعلامية والإعلانية التي تعتمد على استغلال المرأة كمصدر للإغراء والإثارة، وتقتصر على إبراز هذه الصفات فيها(١٧).

والخلاصـــة أن تحسين أوضاع المرأة وصورتها التي تعرضت لظلم وتشويه طــويل، عبــر عصور وأزمان متعاقبة، يحتاج إلى جهد كبير تشارك فيه كافة وسائل الإعلام، مباشرة وجماهيرية، تقليدية وحديثة، مطبوعة واليكترونية وذلك لــشرح قضايا المرأة والدفاع عن حقوقها وكسب المزيد من المؤيدين لها، وذلك انطلاقــا مــن الإيمان بفاعلية الإعلام الديموقراطي في عرض الآراء والأفكار وقدرته على التأثير في المواقف والاتجاهات.

[٣]

موضوعية التغطية الإعلامية

الموضـــوعية فـــي التغطـــية الإعلامية تشير إلى القضايا المرتبطة بالتحيز وتحريف الأنباء بالحذف أو الإضافة أو بالتهديد أو التهويل، أو التلوين السياسي للأحـــداث المحلـــية والعالمية، والخلط بين الخبر والرأي خضوعا للمصالح أو الأهـــواء، وهي كلها أمور تفوق الممارسة الديموقراطية لوسائل الإعلام، لذلك تحرص المجتمعات الديموقراطية على توفير أكبر قدر من الموضوعية للتغطية الإعلامـــية[١٨]، عن طريق وضع معايير لقياس مدى احترام الموضوعية أثناء نـــشر الأخـــبار بالصحف أو إذاعتها في الراديو والتليفزيون والفضائيات وفي الصحف الإليكترونية، وغيرها من وسائل الإعلام الحديثة.

إن قـــرار نـــشر أو إذاعـــة الخبر يقوم على أساس "تقييم الخبر" ويقصد به المفاضـــلة بين خبر وآخر عند النشر أو الإذاعة، ويرتبط بالتقييم قرار استبعاد الخبـــر أو تأجـــيله أو اختـــصاره، وكذلك تحديد موقع الخبر وترتيب نشره أو إذاعته.

إن هناك مجموعة من المعايير التي يجب أن تقوم على أساسها عملية "تقييم" الخبر، ويمكن إيجازها في ثلاث مجموعات من المعايير وهي:

أولا: عناصر الخبر News Elements:

ويقصد به مجموعة الخصائص التي يتكون منها الخبر، وهي خصائص أمكن

حـــصرها "تاريخـــيا" من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف وتذيعها الشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية.

ولا يوجد اتفاق عام حول عناصر الخبر أو ماهيتها، وهذا الخلاف يرجع إلى تنوع المدارس الإعلامية في هذا المجال، فهناك مدرسة تركز على ستة عناصر للخبـــر هي: التوقيت Timeliness والقرب Nearness والحجم أو الضخامة Size والأهمـــية Importance و الفائـــدة أو المـــصلحة الشخصية Personal Benefit والإنجاز Achievement.

وهذا الاتجاه يسود غالبا في الصحف والشبكات الإذاعية والقنوات التليفزيونية "المحافظـــة"، أو ما يطلق عليها شبكات وقنوات الخدمة العامة كما هو الشأن في هيئة الإذاعة البريطانية واتحاد الإذاعة والتليفزيون الفرنسي والشبكات والقنوات المملـــوكة للدولـــة فـــي ألمانـــيا وعدد من دول غرب أوروبا وكذلك في معظم الشبكات والقنوات الحكومية في دول العالم الثالث، مع ملاحظة اختلاف المعالجة الإخـــبارية وفقـــا لمدى خضوع هذه الشبكات والقنوات للإشراف الحكومي أو استقلالها عن السيطرة الحكومية[١٩].

وهـــناك مدرســـة أخـــرى تركـــز على ثمانية عناصر للخبر وهي: الشهرة Prominence والـــصراع Conflict والتشويق Suspense والإثارة Excitement والحالية Freshness والإنسانية Human Interest والغرابة والطرافة Novelty, Humor والتـــسلية Entertainment وهـــذا الاتجـــاه يـــسود غالبا في الصحف والـــشبكات الإذاعـــية والقـــنوات التليفـــزيونية الخاصة التي تتميز بالشخصية الإعلامية "الشعبية" أو "الجماهيرية" كما هو الشأن في شبكات التليفزيون المستقل ببريطانيا والتليفزيون الخاص بفرنسا ومعظم دول غرب أوروبا وأغلب الشبكات والقنوات الأمريكية[٢٠].

ومـــن المهـــم التأكيد أن نشر أو إذاعة الخبر في أي من هذه المدارس رغم

اختلافها لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من العناصر المكونة للخبر فحسب وإنما يقوم على أساس "قيمه" و "وزن" كل عنصر من العناصر، ولكن قيمة كل عنصر ووزنه ضعيفة، يفضل عليه في الإذاعة وفي الترتيب، خبر آخر يضم عددا أقل من العناصر ولكن قيمة كل عنصر منها ووزنه مرتفعة(٢١).

ثانياً: صفات الخبر:

إذا كانت عناصر الخبر تعتبر جزءا أساسيا من تكوينه، ولا يمكن بدونها أن يصبح الحدث خبراً، فإن الصفات قد توجد في الخبر وقد لا توجد، وإن كان غيابها يمثل اعتداءا على حق القارئ أو المستمع أو المشاهد، وأضعافاً لمصداقية الوسيلة التي تلتزم بها، وهذه الصفات هي:

١. **الصدق أو الصحة:** وهذه الصفة مازالت تثير العديد من القضايا الخلافية مثل إمكانية التضحية بعدم التأكد من صحة الخبر قبل نشره أو إذاعته في سبيل تحقيق السبق الإخباري، ومثل التضحية بخبر مهم غير مؤكد وعدم نشره أو إذاعته حرصاً على المصداقية(٢٢).

٢. **الدقة:** وهي صفة تشير إلى مدى احترام الوسيلة الإعلامية لحق القارئ أو المستمع أو المشاهد في معرفة الحقيقة الكاملة حول الحدث الذي يدور عنه الخبر وما يرتبط بذلك من الإهمال في التغطية الكاملة للحدث وعدم استكمال بعض وقائعه الهامة، سواء عن عمد أو نتيجة قلة الكفاءة المهنية أو ضعف التدريب، أو تخلف التكنولوجيا الاتصالية المتوفرة(٢٣).

ثالثا: سياسة الوسيلة وشخصيتها:

رغم أنا الكثيرين لا يعترفون- اليوم- بأن سياسة الصحيفة أو الشبكة أو القناة تعتبر أحد معايير تقييم الخبر، بدعوى "الحياد" أو "الاستقلال" إلا أن الحقيقة التي تؤكدها التجارب العملية أن سياسة الوسيلة الإعلامية هي أهم معايير الخبر واتخاذ قرار نشره أو إذاعته وتحديد ترتيبه في النشر أو الإذاعة وتوجد ثلاثة محددات للتعرف على "سياسة" الشبكة أو القناة وهي:

١. **الـــنظام الإعلامي:** الذي تعمل في إطاره الصحيفة أو الشبكة الإذاعية أو القـــناة التليفزيونية وما إذا كان نظاما إعلاميا ديموقراطياً أم سلطوياً أم نظامـــاً مختلطاً، ونسبة الحرية المتاحة للصحيفة أو الشبكة أو القناة في ظل هذا النظام الإعلامي(٢٤).

٢. **نمط الملكية:** وما يثيره ذلك من قضايا مرتبطة بأشكال الملكية المتعددة، فهـــناك نمـــط يقـــوم على ملكية الدولة لوسائل الإعلام، وخضوع هذا الإعلام للإشراف الحكومي المباشر، مثل غالبية مجتمعات العالم الثالث. وهـــناك نمـــط آخـــر يقوم أيضا على ملكية الدولة مع وجود ضمانات تـــشريعية تعتمد على ملكية الدولة مع وجود ضمانات تشريعية تضمن الاســـتقلال عـــن التدخل الحكومي مثل تجربة هيئة الإذاعة البريطانية واتحـــاد الإذاعة والتليفزيون في فرنسا وغالبية دول غرب أوروبا وفي الهـــند وفـــي عدد غير قليل من دول العالم الثاني التي بدأ تتبنى النظام الليبرالـــي فـــي الـــسنوات العشر الأخيرة. وهناك نمط ثالث يقوم على الملكـــية الفـــردية لوسائل الإعلام بعيدا عن أي تدخل حكومي، كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية. وهناك أنماط أخرى من الملكيات المخـــتلطة التـــي تجمـــع بين الملكية العامة والخاصة لوسائل الإعلام وتختلف مساحة الحرية التي تتمتع بها هذه الوسائل تبعا للنظام الإعلامي السائد في المجتمع الذي تنتمي إليه (٢٥).

٣. **شخـــصية الشبكة أو المحطة:** وما إذا كانت تمثل "الشخصية المحافظة" أو تمـــثل" الشخـــصية الـــشعبية" أو تحـــاول أن تجمع بين ملامح من الشخصيتين وتكون أقرب إلى "الشخصية المعتدلة".

وإذا حاولنا تطبيق مجموعات المعايير الخاصة بموضوعية التغطية الإعلامية باعتبارها أحد مظاهر الديموقراطية الإعلامية، على وسائل الإعلام المصرية- كنموذج- يمكن أن تضع أيدينا على عدد من الملاحظات الهامة ومنها:

١- أن الصحف القومية المملوكة للدولة ويمارس مجلس الشورى حقوق الملية عليها، يغلب عليها الطابع شبه الرسمي على تغطيتها الإعلامية ورغم التزايد المستمر في هامش الحرية المتاح لهذه الصحف، إلا أن نمط ملكيتها يجعلها حريصة على إبراز الشخصيات والنشاطات الحكومية والرسمية بصرف النظر عن مدى أهميتها في حين تخلصت الصحف الخاصة والصحف الحزبية من سيطرة هذا الطابع الرسمي وشبه الرسمي حتى ما يتعلق بنشاطات رئيس الدولة، لذلك يلاحظ أن الصحف القومية تغلب الاعتبارات السياسية على الاعتبارات المهنية وخاصة فيما يتعلق بالأخبار السياسية في حين تغلب الصحف الحزبية والخاصة الاعتبارات المهنية على الاعتبارات السياسية حتى ما يتعلق منها بالأخبار السيادية.

٢- أن الطابع الرسمي الذي يميز سياسة الشبكات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون بفعل نمط ملكية الدولة والإشراف الحكومي المباشر، ينعكس بالضرورة على شخصية هذه الشبكات والقنوات بحيث يغلب عليها طابع الشخصية الإعلامية "المحافظة"، لذلك كان من الطبيعي أن تعظم الخدمات الإخبارية التي تقدمها هذه الشبكات والقنوات من قيمة ووزن عناصر الخبر التي تشتهر بها المدرسة الإعلامية المحافظة أثناء تقييمها للأحداث، وأثناء اتخاذ قرار إذاعتها وتحديد ترتيبها في النشرة، وفي الوقت نفسه تضعف من أهمية عناصر الخبر التي تشتهر بها المدرسة الإعلامية الشعبية، لذلك ففي الوقت الذي تهتم فيه الخدمات الإخبارية بالاتحاد بتحركات ومقابلات المسئولين التنفيذيين فإنها تتجاهل تماما أي ذكر أو إشارة لما تذخر به حياة المواطنين من أحداث.

٣- أمـــا بالنـــسبة لصفتي "الصحة" و"الدقة" في الخبر، بمعني تكامل التغطية الإخـــبارية للحدث واستكمال ومتابعة وقائعه، وعدم تجاهل إذاعة أحداث هامة تمس مصالح المواطنين، وترتيب إذاعة هذه الأحداث وفق أهميتها، وعدم تحريف الأخبار عن طريق حذف بعض الوقائع أو إضافة وقائع لم تحـــدث، أو الخلط بين الخبر والرأي، فإن ذلك يحدث في حالات قليلة، وغالـــباً لا يكـــون الـــسبب ضعف الأداء المهني للعاملين في الخدمات الإخـــبارية بقدر ما يعود إلى تغليب الاعتبارات السياسية على المعايير الإعلامية المهنية في إذاعة وترتيب الخبر في النشرة.

٤- أن تحقـــيق ديموقـــراطية التغطية الإعلامية في الخدمات الإخبارية التي يقـــدمها اتحـــاد الإذاعة والتليفزيون تتطلب أن يكون تقييم الأخبار وفقد الاعتـــبارات الإعلامـــية المهنية وحدها، وأن يتم التخلص بالتدريج من الطابع الرسمي للأخبار والتقارير الإخبارية، وأن يزداد الاهتمام بالأخبار ذات الطابع الجماهيري بصرف النظر عن وجود شخصيات رسمية في هذه الأخبار من عدمه.

كـــذلك لابد من الوعي بخطورة تجاهل إذاعة بعض الأخبار أو وضعها في زيـــل النشرة لعدم تمشيها مع سياسة الحكومة في الوقت الذي تتلقف فيه بعض الخدمات الإخبارية الإقليمية أو الدولية هذه الأخبار باهتمام وقد يكون مبالغا فيه، فيدفع المواطنين إلى البحث عن أخبارهم الداخلية في وسائل أعلام خارجية وقد تكون غير أمينة في عرضها لهذه الأحداث.

ولعلـــه أن الأوان لأحـــداث تطور جذري في اتحاد الإذاعة والتليفزيون يقوم علـــى أســـاس الفـــصل بـــين ملكية الدولة للإعلام الإذاعي والتليفزيوني، وبين الإشـــراف الحكومي المباشر على هذا الإعلام، وهو الأمر الذي يحقق استقلال الخدمات الإذاعية والتليفزيونية وما يرتبط بها من خدمات إخبارية.

وســوف يكــتمل هذا التطور بالسماح للقطاع الخاص المصري بالدخول في مجال الإعلام الإذاعي والتليفزيوني الإخباري، مما يتيح إمكانية ظهور المدرسة الشعبية في التغطية الإخبارية الإذاعية والتليفزيونية.

ولابــد أن نلاحظ أنه رغم وجود فضائيات مصرية خاصة، وبعضها مستمر منذ سنوات غير قليلة، فإنها جميعا فضلت الابتعاد عن تقديم الخدمات الإخبارية، لــذلك مــن المهــم تشجيع القطاع الخاص المصري بالدخول في مجال الإعلام الإذاعي والتليفزيوني الإخباري، وذلك في إطار الضوابط التي تضمن حرية هذا الإعلام، ومستوى الأداء الإخباري وأخلاقياته.

[٤]

استقلال الإعلام المحلي

يوجد منذ سنوات تخوف مشروع في العديد من دول العالم أن يؤدي الاهتمام الـزائد أو المـبالغ فـيه نحـو عـولمة وسائل الإعلام، كما تعكسها الصحف الاليكترونية والإذاعات الدولية والقنوات القضائية والانترنت إلى أضعاف وسائل الإعـلام المحلية وعدم الاهتمام الكافي بتحديثها وتطويرها، وما يمكن أن ينتج عن ذلك من أخطار تهدد الهوية الثقافية للمواطنين سواء كانوا من سكان الريف أو الحضر.

ورغـم أن السنوات العشر الماضية شهدت توسعاً في إنشاء وسائل الإعلام المحلية، إلا أن السؤال الجوهري ظل قائماً وهو هل يضمن هذا التعدد تنوعاً أم لا؟

فالـتعدد لا يعني التنوع في كل الحالات، فشبكات ووسائل الاتصال والإعلام ينبغي أن يكون لها قدر من التنوع والاستقلال عن بعضها البعض، فإذا لم تكن كـذلك فلـن يكون التنوع سوى مظهر خارجي، وعلى سبيل المثال ففي بعض الـبلدان تـسيطر الحكـومات بشكل كامل على كافة وسائل الإعلام من راديو وتليفـزيون وصـحف بالإضافة إلى منافذ الاتصال المباشر، وفي بلدان أخرى تـسيطر بعـض الاحـتكارات على معظم الشبكات الإذاعية التليفزيونية ودور الصحف(٢٦)، وفي كل هذه الحالات تختفي مزايا التنوع، حيث تتحدث كل هذه الوسائل المتعددة بصوت واحد[٢٧]!

لـــذلك فإن كثرة وسائل الإعلام بالمحليات وتعددها لن يكون وحده دليلاً على كونها تلبي الاحتياجات الإعلامية الحقيقية لسكان المحليات، حيث تظل جماهير المحليات تسمع رأياً واحداً وإن كثير المعبرون عنه(٢٨).

ويلاحظ أنه رغم الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيري فـــي المحلـــيات، وانبهار سكان الريف لهذه الأجهزة، والسعي خلال السبعينيات والثمانينات لاقتنائها والتعرض المكثف لها، فإن موجه هذا الانبهار قد انكسرت حدتها في المرحلة الحالية لعدة عوامل، يأتي في مقدمتها انشغال غالبية الريفيين بتدبيـــر معاشهم اليومي ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية وبالتالي ضيق وقت الفـــراغ لقـــيامهم بأكثر من عمل في اليوم الواحد، ويلاحظ أيضاً الانفصال بين مـــضمون الكثيـــر ممـــا تقدمـــه وسائل الإعلام للمحليات وبين واقع الحياة في المحلـــيات، وهو الأمر الذي يعني تجاهل وسائل الإعلام، للاحتياجات الإعلامية الجديـــدة التـــي تفرضها طبيعة التغير في الريف، حيث حدث تبدل ملحوظ في أسلوب تعَرُّض أهل الريف لأجهزة الإعلام ويميل هذا التغيير في اتجاه التعرض الـــسلبي ومحدودية وقت التعرض، والاعتقاد بالتوظيف الترفيهي لهذه الأجهزة على ممارسات النخبة دون التفاعل مع هذه المضامين(٢٩).

وتشير نتائج البحوث الحديثة إلى غلبة التوظيف الترفيهي للتليفزيون بالإضافة إلـــى قلة التعرض للتليفزيون لأسباب تعود إلى ضيق الوقت، كما أنه في إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية والسعي لتدبير نفقات الحياة المتزايدة والعمـــل بأكثـــر من مهنة طوال اليوم، وتفاقم الأعباء الملقاة على عاتق المرأة الـــريفية فإن الفترة المسائية تكاد تكون هي الفترة الوحيدة التي ينحصر خلالها تعـــرض القـــرويين للتليفزيون وتتضاءل إلى حد كبير تعرضهم لبرامجه خلال فتـــرات الإرســـال الأخرى، وبالذات الفترة الصباحية أو السهرة على عكس ما يـــشاع في كتابات في هذا المجال حول سهر الريفيون حول التليفزيون وإهمالهم لعملهم.

ومــن الناحية الشكلية يوجد تكامل بين وسائل الإعلام الموجهة إلى المحليات فمــا تقوله القناة المحلية للتليفزيون لا يختلف عما تقوله الشبكة الإذاعية المحلية وصحيفة الإقليم، وكل ما يقوله هؤلاء لا يختلف عما يتردد داخل مركز الإعلام المحلــي(٣٠)، ولكــن الــسؤال هل يوجد تكامل وظيفي بينهم، وإذا كنا نتصور التكامل بمعنى التماثل أو التشابه فسوف نتأكد بالفعل من مدى هذا التكامل، فكل وسائل الاتصال تركز على الجانب الترفيهي، كما أنها تركز أيضاً على الجانب الدعائي أو الرسمي.

أمــا إذا نظرنا إلى التكامل بمعناه الوظيفي، المتمثل في إعادة بناء المواطن وإعــادة تــشكيل حــياته بمــا يتناســب واحتياجات البعض ومتطلبات التطور التكنولوجي الحديث، فإن هذا التكامل غير موجود.

وفــي ظل الأوضاع الحالية للإعلام الريفي، وخاصة في المجتمعات النامية حيث يوجد شبه انفصال بين مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام الجماهيرية وبين واقــع الحياة الفعلي في الريف، وذلك لصالح الاتصال المباشر وخاصة في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة مثل الفيديو وشريط التسجيل والهاتف(٣١).

ومــن المهــم أن نعمل جميعاً على إدخال تحسينات جذرية على كافة وسائل الاتــصال فــي المحليات سواء كانت جماهيرية أو مباشرة، ليست فقط بتطوير التكنولوجيا أو المضمون وإنما أيضاً بتطوير قدرات القائمين بالاتصال(٣٢). ففي ظل الظروف التي تمر بها المجتمعات النامية، ومنها بلادنا العربية- يظل التقدم رهناً بمستوى كفاءة البشر الذين هم مادة هذا التقدم وأداته.

وقد كشفت دراسة عن "قنوات التليفزيون الإقليمية في عدد من الدول النامية أن جمهــور الأقالــيم مازال يفضل محطات التليفزيون المركزية على محطات التليفزيون المحلية.

وتبــين أيضاً أن النخبة المتعلمة في المجتمعات المحلية أكثر اهتماماً بقراءة

الــصحف والاستماع إلى الراديو ومشاهدة القنوات المركزية والفضائيات وأقل اهتماماً بمشاهدة القنوات المحلية وقراءة الصحف المحلية(٣٣).

كما أكدت نتائج بحوث أخرى أن قنوات التليفزيون الإقليمية لا تزال مركزية الــتوجه رســمية التوجــيه، لأنهــا مازالــت جــزء من بنية النظام الإعلامي المركــزي،ولم تنجح في خلق كيان مستقل لها يجعلها قنوات بديلة عن القنوات المركــزية، فهي قد نجحت فقط في اجتذاب الجمهور الأقل تعليماً والباحث عن التسلية والترفيه وليس الجمهور المتعلم الذي يريد أن يطور معارفه.

وإذا ضــربنا مــثالاً بالإعلام المحلي في مصر فسوف نجد أن طبيعة النظام الإعلامي المصري، الذي ظل لسنوات طويلة نظاماً مركزياً تتركز معظم أدواته فــي العاصمة، وهو أمر طبيعي باعتباره وريث أقدم دولة مركزية في التاريخ. ومــن ثم سادت ظاهرة الإعلام الرأسي، الذي يهبط من أعلى إلى أسفل أي من قمة السلطة إلى المواطنين، كما أنه ينطلق من العاصمة إلى الريف.

وفي الربع الأخير من القرن العشرين شهدت مصر انفراجة ديموقراطية في نظامهــا الــسياسي، وهو الأمر الذي انعكس على نظامها الإعلامي، وكان من أبرز أوجه هذه الانفراجة الديموقراطية في النظام الإعلامي: إنشاء ثمان إذاعات إقليمــية، وســت قنوات تليفزيونية محلية، وعشرات الصحف المحلية، وإنشاء مراكز الإعلام الداخلي في كافة المحافظات.

ومن المهم الاعتراف بأن هذه الوسائل لا تزال تعاني من مركزية في التوجه ورسمية في التوجيه، لأنها ما تزال جزءاً من بنية النظام الإعلامي المركزي في القاهــرة، والــتحدي الآن أن ننجح في أن نوجد لهذه الوسائل الإعلامية المحلية كــياناً مــستقلاً يجعلها وسائل مكملة للإعلام المركزي لا صورة كربونية منه وبذلك نحقق بالفعل ديموقراطية الاتصال، وشعبيته في الوقت ذاته.

وهــناك ضــرورة لمعالجة الانفصال بين مضمون الكثير مما تقدمه وسائل

الإعـــلام المحلـــية، وبـــين واقـــع الحياة في المحليات، بحيث تلبي الاحتياجات الإعلامية الجديدة للمواطنين، التي تفرضها طبيعة التغيير، الذي حدث في الريف المصري.

وهناك تخوف حقيقي أن تزداد في المستقبل الهوة بين وسائل الإعلام المحلية وبـــين جماهيـــر الريف، وذلك لصالح ما نسميه (الإعلام البديل) وهذا الإعلام البديل استخدمته بعض الجماعات الدينية المتشددة، لنشر أفكارها سواء بتوظيف الاتـــصال المباشـــر الشخصي أو الجمعي في الزوايا والمساجد، وفي المدارس والجامعـــات، والـــنوادي والـــنقابات. أو بتوظيف شرائط الكاسيت في سيارات الأجرة، وأتوبيسات النقل الجماهيري والميني باص.

وعليـــنا أن نعترف أنه في ظل عدم اهتمامنا الكافي بالإعلام المحلي، حققت هـــذه الجماعات المتشددة قدراً من الانتشار قد نختلف في تقدير- مداه- دون أن تملـــك صـــحفاً أو محطات إذاعية، أو قنوات تليفزيونية، وإنما برعت فقط في استخدام الإعلام البديل!

ولتطويـــر الإعـــلام المحلـــي مـــن الضروري توفر التكنولوجيا الاتصالية والإعلامية الحديثة بوسائل الإعلام المحلية، المكتوبة والمسموعة والمرئية، بما يمكـــنها من أداء دورها بكفاءة، ويقترح في هذا المجال تشجيع المواطنين على إنـــشاء وحـــدات طباعية حديثة وصغيرة، تقوم بطبع الصحف المحلية بعواصم المحافظـــات، بدلاً من طبعها جميعاً في القاهرة، ويمكن أن يتحقق التشجيع بمنح هـــذه المطابـــع عدداً من الإعفاءات الضريبية، ودعم من الدولة لأسعار الورق والمـــستلزمات الطباعـــية، لعـــدد محـــدد من السنوات، حتى تقف هذه المطابع الـــصحفية المحلية على أقدامها، أسوة بما هو متبع مع المشروعات الاستثمارية الجديـــدة. وأن يراعـــي اتحـــاد الإذاعـــة والتليفزيونية الاحتياجات التكنولوجية للإذاعـــات والقـــنوات المحلـــية، وهو يعد خططه الحالية والمستقبلية للتحديث

التكنولوجي، بحيث لا يتم تجاهل احتياجات المحليات لصالح الإذاعات والقنوات التليفـزيونية المركزية ودعوة المؤسسات الصحفية القومية الكبرى إلى إصدار طـبعات محلية من صحفها اليومية، لكي تغطي الاحتياجات الإعلامية لمواطني المحليات، وهو تقليد متبع في كثير من دول العالم، كذلك فقد كانت لنا في مصر تجارب ناجحة في هذا المجال عندما أصدرت مؤسسة أخبار اليوم جريدة أخبار الإسكندرية.

وضـرورة إعادة النظر في قرار وزارة الإعلام بإيقاف بث القنوات المحلية على النيل سات، ودراسة وتقييم تأثير ذلك على نسبة مشاهدة هذه القنوات، بعد تغيير نمـط المـشاهدة في ريف مصر، وزيادة إقبال المواطنين في العاصمة والأقالـيم علـى مـشاهدة القنوات الفضائية لرخص تكاليفها، وضعف الإرسال المحلـي بحـيث أصـبح كثير من المواطنين في الأقاليم لا يستطيعون مشاهدة قنواتهم المحلية، بما يتركهم عرضة للقنوات الفضائية وحدها.

ولابد من الاهتمام بتطوير وسائل الاتصال المباشر في الريف، سواء التابعة للهيئة العامة للاستعلامات مثل مراكز الإعلام الداخلي، ومراكز الإعلام والتعليم والاتصال، أو قصور الثقافة التابعة لوزارة الثقافة، أو مراكز الإرشاد الزراعي الـتابعة لـوزارة الـزراعة، أو وحدات التوعية الصحية وتنظيم الأسرة التابعة لوزارة الصحة، فضلاً عن الوعاظ والدعاة التابعين لوزارة الأوقاف والجمعيات الأهلية.

ويـتحقق التطوير المنشود بحسن انتقاء العاملين في هذه المؤسسات، بحسب قـدراتهم وتخصصاتهم، ومنحهم الأجور المناسبة، التي تشجعهم على البقاء في الـريف، بـدلاً من الهرب للعمل في العاصمة، ثم إخضاعهم للتدريب المستمر لـرفع كفـاءتهم، مع توفير الإمكانات المادية والفنية، التي تساعدهم على أداء عملهم مع التقييم المستمر لنتائج هذه الأعمال.

الاهـــتمام بتطويـــر قـــدرات وسائل الإعلام المحلية على اكتشاف الكفاءات والمـــواهب، وتـــشجيعها وتنميتها بطريقة تخدم المجتمعات المحلية، وذلك عن طـــريق التركيز على مشاركة الكفاءات والمواهب المحلية في الكتابة للصحف، وفـــي المساهمة الفعالة في برامج الإذاعات والقنوات التليفزيونية المحلية، وفي نـــدوات ومؤتمرات مراكز الإعلام، بدلاً من الاعتماد بشكل رئيسي على نجوم العاصـــمة، وبذلك يتم ربط الكفاءات والمواهب المحلية بمجتمعاتها، ويتم وقف النزيف المستمر للمجتمعات المحلية من الكفاءات والمواهب.

وضـــرورة وضـــع ضوابط قانونية تكفل لوسائل الإعلام المحلية مزيداً من الاســـتقلال، وحرية التعبير، التي تحول دون تحكم قيادات الإدارات المحلية في هـــذه الوسائل، أو توجيهها بحيث تتحول وظيفتها من الإعلام إلى الدعاية، فتفقد مـــصداقيتها ومـــن ثـــم تفقد جمهورها، وتشجيع اعتماد وسائل الإعلام المحلية المقـــروءة، والمسموعة والمرئية على مواردها الذاتية، مما يدعم استقلالها من ناحـــية، ويساعدها على تقديم خدمة إعلامية متميزة من ناحية أخري، وذلك عن طريق تنشيط سوق الإعلان في وسائل الإعلام المحلية، ويمكن للدولة أن تساهم بدور كبير في هذه المجال عن طريق تخفيض قيمة دمغة الإعلانات في وسائل الإعـــلام المحلـــية، أو إلغاء هذه الضريبة لفترة زمنية معينة، عند نشأة وسيلة جديـــدة. حتى تتمكن وسائل الإعلام المحلية من تخفيض سعر الإعلان، وتقديم ميـــزات نسبية تشجع المعلنين على تفضيل الإعلان في وسائل الإعلام المحلية، خاصة بالنسبة للسلع والخدمات، التي تسوق في المجتمعات المحلية.

ومـــن الضروري إتاحة التعددية في وسائل الإعلام المحلية، سواء المملوكة منها للدولة أو القطاع الخاص، ومد جسور الثقة بين الإعلام المحلي وجماهيره من خلال توفير المصداقية والشفافية في مضمون هذا الإعلام، وتحقيق التواصل مع جماهيره عن طريق عرض مشاكلهم وقضاياهم، مع طرح حلول جذرية لها، وبذلك نحقق عن طريق تطوير الإعلام المحلي ديموقراطية الإعلام وشعبيته.

هوامش الفصل التاسع

1- Lahay Micheline: The History of Human Rights, from Ancient times to the Globalization Era. 2008. p.p. 122- 127.

2- Lauren. Paul: The Evolution of International Human Rights. 2003. p.p. 72- 79.

3- Donnelly. Jack: International Human Rights. Oxford Press. 3 Editions. London, NewYork. 2001. p.p. 62- 67.

4- Alston. Phillip: International Human Rights in Context. Law, Politics. Harper Collin, Publishers. London. New York. 2007. p.p. 212-217.

5- Armstrong. Rob: Covering politics. Blackwell publishing. London. New York. 2004. p.p. 220- 229.

6- Eser. Frank: Comparing political Communication: Theories, Cases and challenges. Cambridge University Press. New York. 2004. 122- 127.

7- Lanterer. Jock: Community Journalism. The University of North Carolina Press. U. S. A. 2004. p.p. 18- 22.

8- Allen. David: Democracy the Press and Law. University of Illinois Press. U. S. A. 2004. p.p. 92- 98.

9- Peters. John: Free speech and the liberal tradition. University of Chicago Pree. 2005. p.p. 132- 137.

10- Ball. Terence and Dagger. Richard: political ideologies and the Democratic Ideal. Harper Collins publish. London. New youk. 1998. p.p. 49- 56.

11- Novak. Micheal: The Spirit of Democratic Capitalism. Atochstone Book. New York. 3 Edition. 2001- p.p. 314- 318.

12- Byerly. Carolyn and Roos. Karen: Women and Media. University of Mary Land Press. U. S. A. 2006. p.p. 205- 209.

13- Hogg. James and Garside. Peter: Women, Feminism and the Media. Black well publishing. 2007- p.p. 192- 197.

14- Bradley. Patricia and Evanston. H: Women and the Press. North Western University Press. 2005. p.p. 105- 109.

15- Lincoln. Cairns: the Enigma Women. University of Nebraska Press. 2007- p.p. 62- 72.

16- Lotz. Amanda: Rede signing women, television After the Network. Chicago University Press. U. S. A. 2006. p.p. 140- 146.

17- Falk. Erika: Women for President, Media Bias in Fight campaigns. Chicago University Press. U. S. A. 2008 42- 49.

18- Schever. Leffrey: Why Democracies Need Journalistic Excellence: Routledge Press. New York. 2007. p.p. 218- 223.

19- Feinstein. Anthony: Journalistic Under fire. Johns Hopkins University Press. U. S. A. 2006. p.p. 52- 27.

20- Meier. Werner and trapel. Josef: Media policy in Europe. International Specialized Book. 2007- 311- 318.

21- Brook S. Briand and Kennedy. George: News Reporting and writing. California State University Press. U. S. A. 2008. p.p. 30- 36.

22- Brooks. Brain: Telling the story. University of Missouri Press. U. S. A. 2008. p.p. 119- 123.

23- Houston. Brant: Investigative Reporters Hand Book. University of Mary Land Press. U. S. A. 2008. p.p. 218- 223.

24- Porter. Lamce: Technology and the journalism profession. Lousiana state University. Press. U. S. A. 2007- p.p. 422- 427.

25- Tweksburg. David: the Efficacy of News Browsing: the

Relationship of news consumption style to social and political Efficacy. Journalism and Mass Communication Quarterly Summer 2008. p.p. 257- 272.

26- Frankin. Rob: Local Media. Columbia University Press. U. S. A. 2005. p.p. 112- 117.

27- Stanton. Richard: All News is local. Oxford University Press. New York. 2005. p.p. 217- 224.

28- Karen. Johnson: The local journalism. The University of North Carolina Press. U. S. A. 2004. p.p. 18- 22.

29- Elmer. Greg: Media in the small town. Oxford University Press. London. New York. 2005- p.p. 118- 124.

30- Mclanley. Michael: The trials and triumphs of National public Radio. Columbia University Press. U. S. A. 2005. p.p. 72- 79.

31- Sturken. Marita: The troubles of local media. Oxford press. London. New York. 2007. p.p. 327- 332.

32- Armstrong. Rob: Covering politics: A Handbook for Journalists. Black well Publishing. 2004. p.p. 92- 97.

33- Lauterer. Jock: Community Journalism, Relentlessly local. Third Edition. The University of North Carolina Press. U. S. A., 2005. p.p. 62- 68.

الخاتمة

لقد وصلنا الآن إلى نهاية بحثنا في العلاقة بين الإعلام والديموقراطية، ومن حق القارئ أن يتساءل عن الأسباب التي حالت بيننا وبين استكمال الديموقراطية الإعلامية حتى اليوم.

ومثل هذا القارئ قد يتذكر أنه مضى ما يقرب من قرنين من الزمان على بدء الصحافة في بلادنا، وما يقرب من مائة عام على بداية الإرسال الإذاعي، وأكثر من نصف قرن على ظهور التليفزيون، ورغم ذلك ما يزال نظامنا الإعلامي يشكو من عدم كفاية الديموقراطية الإعلامية. يحدث هذا في الوقت الذي باتت فيه كثير من المجتمعات الأخرى في الغرب أو الشرق ومنها مجتمعات نامية مثلنا تتمتع بنظم إعلامية ديموقراطية رغم أنها لم تتعرف على وسائل الإعلام الجماهيرية إلا بعدنا بوقت طويل، كما أن بعضها عرف ألواناً من النظم السلطوية التي كانت أكثر قسوة وعنفاً على وسائل الإعلام من السلطة عندنا، ورغم ذلك نجحت شعوب هذه المجتمعات في إزالة النظم السلطوية، ويعيش أغلبها في ظل نظم إعلامية ديموقراطية.

فما هي مشكلتنا بالضبط مع الإعلام والديموقراطية؟

حقيقة الأمر أننا لا نعاني من مشكلة مع الإعلام والديموقراطية فقط، وإنما نعاني في الوقت نفسه مشكلة مع السياسة والديموقراطية، ومع الاقتصاد والديموقراطية، ومع المجتمع والديموقراطية، ومع الثقافة والديموقراطية،

فمشكلة الديموقراطية لا نعاني منها في الإعلام وحده، وإنما نعاني منها في كافة أوجه حياتنا.

وعلينا أن نعترف صراحة بالحقيقة القائلة بأن النظام الإعلامي في مجتمع ما ليس سوى انعكاس للنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي القائم في هـذا المجـتمع. وعلـيه فـلا يجب أن نتصور أنه يمكن وجود نظام إعلامي ديموقراطي في مجتمع غير ديموقراطي. إن القارئ المدقق للتشريعات الإعلامية عـندما سـوف يكتشف أن مساحة الحريات الديموقراطية التي تتمتع بها وسائل الإعـلام أوسـع ممـا تـسمح به هذه التشريعات، وهذه ميزة نعترف بها، وقد فرضتها المتغيرات الدولية والثورة التكنولوجية، ولكن خطورة هذا الوضع يتمثل في الطبيعة المؤقتة لمثل هذه الحريات الإعلامية، فالسلطة التي سمحت بها اليوم يمكـن أن تطيح بها غداً، مع غياب الأساس القانوني الذي يصون ويحمي هذه الحـريات الإعلامية، والخلاصة أن طموحنا في بناء نظام إعلامي ديموقراطي رهـن بوجـود نظام سياسي ديمقرطي، فالنظامين الإعلامي والسياسي، وجهان لعملة واحدة، ولا يمكن أن يوجد أحدهما في غياب الآخر.